



# ВСЕРОССИЙСКОЕ ОБСЛЕДОВАНИЕ ДОМОХОЗЯЙСТВ ПО ПОТРЕБИТЕЛЬСКИМ ФИНАНСАМ (6-Я ВОЛНА)

Технический отчет

2025

Технический отчет подготовлен ООО «Демоскоп».

Содержание настоящего отчета отражает личную позицию авторов. Содержание и результаты отчета не следует рассматривать, в том числе цитировать в каких-либо изданиях, как официальную позицию Банка России или указание на официальную политику или решения регулятора. Любые ошибки в данном материале являются исключительно авторскими.

Все права защищены. Воспроизведение представленных материалов допускается только с разрешения авторов

Фото на обложке: Shutterstock/FOTODOM

Адрес: 107016, Москва, ул. Неглинная, 12

Телефоны: +7 495 771-91-00, +7 495 621-64-65 (факс)

Официальный сайт Банка России: [www.cbr.ru](http://www.cbr.ru)

© Центральный банк Российской Федерации, 2025

## СОДЕРЖАНИЕ

|  |    |
|--|----|
| 1. Дизайн обследования финансового поведения домохозяйств, 6-я волна, 2024 г. ....   | 4  |
| 2. Общий обзор исходной выборки домохозяйств по Российской Федерации.....  | 5  |
| 3. Принципы выбора и формирования первичных единиц отбора (ПЕО).....   | 8  |
| 4. Выбор конкретных первичных единиц отбора (ПЕО).....   | 14 |
| 5. Принципы выбора и формирования вторичных (ВЕО) и третичных (ТЕО) единиц отбора .....  | 14 |
| 6. Фактическое распределение численности домохозяйств по точкам опроса. Сравнение<br>реализованной выборки с первоначальным дизайном ..... | 16 |
| 7. Структура и уровень недостижимости.....   | 19 |
| 8. Описание процедуры взвешивания и пост-стратификационные веса .....  | 23 |
| 9. Корректировка опросного инструментария.....   | 30 |
| 10. Организация проведения полевых работ и методика проведения опросов.....  | 39 |
| 11. Контроль проведения интервьюерми полевых работ .....   | 43 |
| 12. Комплекс работ, связанных с вводом данных (прием, нумерация, кодировка, ввод вопросников)<br>.....                                     | 46 |
| 13. Анализ по отчётам интервьюеров .....   | 48 |
| 14. Анализ вопросников, с точки зрения качества заполнения .....   | 57 |
| Заключение. Перспективы продолжения опроса по данной выборке.....  | 59 |

## 1. Дизайн обследования финансового поведения домохозяйств, 6-я волна, 2024 г.

Обследование финансового поведения домохозяйств, проведенное в 2024 г., относится к категории лонгитюдных. Термин «лонгитюдное» применяется к крупномасштабным, протяженным во времени обследованиям, предполагающим, что основная часть выборки в каждой его волне представляет собой панель, то есть единицы наблюдения в этой части выборки (в данном случае домохозяйства) остаются теми же самыми, что были отобраны для проведения первой, базовой волны.

Лонгитюдность обследования дает неоспоримые преимущества перед любыми повторяющимися с определенными промежутками времени (срезовыми) обследованиями, в которых для каждой волны формируется новая независимая репрезентативная выборка. Это происходит потому, что появляется возможность исследовать изменения во времени, происходящие на индивидуальном уровне (в данном случае на уровне домохозяйства или индивида), что позволяет существенно расширить круг решаемых задач. Например, в случае изучения проблемы бедности данные, полученные с помощью повторяющихся обследований, позволяют оценить увеличение или уменьшение во времени числа домохозяйств со среднедушевым доходом ниже прожиточного уровня или изменение структуры типов домохозяйств, составляющих данную группу (агрегированные данные), но не позволяют ответить на вопрос, как долго отдельное домохозяйство находится в группе бедных и, соответственно, оценить среднюю продолжительность нахождения домохозяйств в состоянии ниже уровня бедности. А это очень важно с точки зрения разработки государственных программ помощи малоимущим. И примеров такого рода задач множество.

В данном обследовании изначально ставилась задача, чтобы в дополнении к лонгитюдным оценкам была возможность делать и одномоментные оценки для каждой волны. Для решения этой задачи был использован специальный дизайн лонгитюдного обследования, известный как сплит-панель (*Splitpanel*). Сплит панель (расщепленная панель), представляющая собой некую комбинацию одномоментной и панельной выборок в каждой волне обследования, была предложена Лесли Кишем (L.Kish) в 1987 году. Используемый дизайн представляет собой серию одномоментных опросов, в которых в последующих волнах сохраняется максимально возможная доля элементов исходной выборки. Такой дизайн обычно определяется как обследование с пересекающимися (перекрывающимися) выборками (*overlapping survey*) и может рассматриваться как вариант сплит-панели. В этом случае целью исследования является получение последовательности одномоментных оценок с сохранением возможности лонгитюдных оценок для большей части исходной выборочной совокупности.

## 2. Общий обзор исходной выборки домохозяйств по Российской Федерации

Для проведения обследования с целью изучения финансового поведения населения использовался дизайн (модель) стратифицированной, многоступенчатой, вероятностной, территориальной адресной выборки.

Для того, чтобы провести данное обследование была сформирована выборка домохозяйств. Под "домохозяйством" понимаются люди, проживающие вместе по одному адресу и имеющие общие доходы и расходы. Любые временно проживающие лица (например, гости), имеющие другое постоянное место жительства, не являются членами домохозяйства. Респондентами являлись все члены домохозяйств, начиная от 18 лет, находящиеся по месту жительства на время проведения обследования.

Хотя для целей исследования необходимо было создать предварительную выборку домохозяйств, в общепринятой мировой практике в этом случае формируется выборка жилищ (адресов), в которых эти домохозяйства проживают. Это происходит потому, что только о жилищах (а точнее их адресах) имеется необходимая, привязанная к территории информация и, соответственно, существует возможность их переписать и обследовать. Прежде чем сформировать выборку домохозяйств, были составлены пронумерованные списки жилищ таким образом, чтобы практически во всех случаях в каждом жилище находилось только одно домохозяйство. При этом условии полученная выборка жилищ фактически является выборкой домохозяйств.

Поскольку всероссийская выборка строится по территориальному признаку, на первом этапе необходимо было выбрать первичную территориальную единицу отбора (ПЕО). В качестве основы для создания ПЕО были выбраны административно-территориальные единицы, которые составляют основу административно-территориального деления субъектов РФ.<sup>1</sup> Административно-территориальные единицы (АТЕ) были сгруппированы в 2029 преобразованных административно-территориальных единиц по территориальному признаку, которые и являлись первичными единицами отбора. ПЕО были сгруппированы в 38 страт, главным образом на основании географических факторов и уровня урбанизации. В необходимых случаях в качестве стратообразующего фактора использовалась этническая составляющая.

---

<sup>1</sup> Основания, по которым в качестве основы для создания первичных единиц отбора выбраны административно-территориальные единицы и правила создания ПЕО, будут подробно изложены в разделе «Принципы выбора и формирования первичных единиц отбора (ПЕО)».

В данном обследовании, как и в большинстве общенациональных выборочных обследований, предусматривающих личные (face-to-face) интервью по месту проживания респондентов, некоторые отдаленные и малонаселенные районы РФ исключаются из выборки по финансовым соображениям.

Из оставшихся районов, где проживает 95,7% населения России, как обязательные были отобраны три крупнейших населенных конгломерата – г. Москва, Московская область и г. Санкт-Петербург, каждый из которых, вследствие своего объема, образует отдельную, так называемую саморепрезентирующую (СР) страту. Остальные, преобразованные административно-территориальные единицы были сгруппированы в 35 несаморепрезентирующих страт (НСР) примерно с одинаковой численностью населения. То есть всего было сформировано 38 страт. Затем, по методу отбора с «вероятностью пропорциональной численности» (PPS) из каждой несаморепрезентирующей страты было выбрано по одной административно-территориальной единице - району (ПЕО). Данный метод означает, что вероятность выбора данного района в данной страте является прямо пропорциональной доле численности населения этого района в общей численности населения всей страты.

Из общего целевого (планируемого) объема выборки 18,4% (соответственно доле в населении РФ) было распределено по 3-м саморепрезентирующим стратам. В соответствии с принципами отбора с «вероятностью пропорциональной численности» (PPS), остальные домохозяйства были равномерно распределены по преобразованным административно-территориальным единицам–первичным единицам отбора (ПЕО), взятым по одной в каждой из 35-ти несаморепрезентирующих страт примерно одинакового объема.

Ввиду отсутствия сводного списка домохозяйств или жилищ по всем 38 ПЕО, в соответствии со сложившейся практикой была проведена промежуточная стадия отбора. Население каждой ПЕО было стратифицировано на городское и сельское (подстраты), и объем целевой выборки в ПЕО делился пропорционально доле населения в каждой из этих подстрат. Например, если 40% населения данной первичной единицы отбора проживает в сельской местности, 40 из 100 адресов (жилищ) выбиралось в сельской местности.

Как для городского, так и для сельского населения вторичными единицами отбора (ВЕО) являются населенные пункты. Городские населенные пункты стратифицируются по численности, уровню промышленности и удаленности от районных центров. Объем выборки был распределен пропорционально доле населения в каждой из этих страт для городских населенных пунктов. Конкретные городские населенные пункты отбирались с «вероятностью пропорциональной численности» (PPS). Сельские населенные пункты (с.н.п.) стратифицировались только по двум параметрам: численности и удаленности от районных центров. В некоторых административно-территориальных районах к этим параметрам добавлялся

национальный состав сел. Отбор сельских населенных пунктов происходил по процедуре аналогичной отбору городских населенных пунктов. Следующей единицей отбора в сельских населенных пунктах являлись жилища (адреса). В сельских населенных пунктах в качестве списка жилищ используются похозяйственные книги.

В городах, пгт появляется еще один, третий уровень отбора. Третичными единицами отбора (ТЕО) в городских населенных пунктах были избирательные участки. В случаях, когда численность населения, проживающего на избирательных участках, сильно различалась, для отбора участков использовался метод отбора пропорционально численности. В отобранных избирательных участках список жилищ составлялся с помощью специального натурального обхода территории участка.

Затем производился систематический отбор необходимого количества жилищ, начиная с адреса, выбранного из списка случайным образом. Если во время натурального обхода обходчик определял, что по какому-то адресу проживает более одного домохозяйства, он вносил в список жилищ не одно, а столько жилищ, сколько домохозяйств проживает по данному адресу.

В шестой волне обследования (2024 г.), как и во всех предыдущих волнах, проводился опрос домохозяйств именно из жилищ исходной выборки, независимо от того опрашивалось ли эти домохозяйства в предыдущих волнах. Если даже в какой-либо волне домохозяйство, проживающее по данному адресу, отказывалось участвовать в опросе, то в последующих волнах интервьюер был обязан повторять попытки контакта с данным домохозяйством вплоть до его категорического отказа. Если домохозяйство переехало, то опросу подлежало новое домохозяйство, проживающее в данном жилище на момент опроса. Если это домохозяйство тоже было недоступно или категорически отказывалось от опроса, данное исходное жилище заменялось другим жилищем (домохозяйством), отбираемым с использованием того же самого дизайна, в пределах того же опросного участка или населенного пункта, где была зафиксирована потеря. Такой подход, он называется «повторяющейся выборкой жилищ», дает возможность репрезентации генеральных совокупностей на момент проведения каждой волны обследования.

Постепенное выбывание элементов исходной выборки в лонгитюдных обследованиях является естественным процессом и называется эффектом осыпания панели (attrition). Объем исходной части выборки постепенно уменьшается, и для поддержания целевого объема выборки выбывшие домохозяйства должны замещаться. По сравнению с дизайном лонгитюдного обследования с «фиксированной панелью» используемый дизайн «сплит-панели» позволяет расширить возможности лонгитюдного анализа путем включения в него домохозяйств с более короткими траекториями участия.

ООО «Демоскоп», начиная с 1994 года для проведения всех обследований, использующих метод личного интервью, пользуется только адресной (true address sample), а не маршрутной выборкой. В целях жесткого контроля за формированием выборки, списки отобранных адресов (жилищ, домохозяйств), как и всегда, были сформированы и распечатаны для передачи в точки опроса в головном офисе ООО «Демоскоп» в Москве.

### **3. Принципы выбора и формирования первичных единиц отбора (ПЕО)**

Составляющей большинства моделей территориальных выборок является их многоступенчатость, так как объектом территориальной выборки является население (или определённая часть населения), проживающее на обследуемой территории, а в России не существует списков людей, домохозяйств или жилищ по объектам административно-территориального деления Российской Федерации. Более того, использование таких списков для построения выборки по крупным территориальным объектам, таким как Российская Федерация, в целом, или субъекты РФ, представляется с практической точки зрения задачей, лишённой всякого смысла, так как в случае отбора респондентов из этого списка они оказались бы распылены по всей территории страны и проведение обследования по такой выборке потребовало бы огромных и, что не менее важно, теоретически мало обоснованных расходов. В таких случаях и используется **многоступенчатый отбор**. При этом генеральная совокупность разбивается каким-либо естественным образом на отдельные подсовкупности, «кластеры», которые и служат единицей отбора на первом шаге (ступени) выборки (первичная единица отбора - ПЕО), а последующий отбор единиц наблюдения осуществляется уже только в отобранных на первом шаге кластерах. В отличие от уже упомянутых ранее страт, кластеры по численности относительно невелики, но многочисленны. Первичные единицы отбора в многоступенчатой вероятностной выборке задают первый уровень кластеризации единиц наблюдения в генеральной совокупности. Теория выборки предъявляет основное требование к таким промежуточным единицам отбора (кластерам) - они должны быть максимально гетерогенными по изучаемым признакам.

На практике к этому основному теоретическому требованию к ПЕО добавляются ещё несколько, связанных с особенностями проведения массовых социологических обследований. При выборе ПЕО мы исходим из следующих требований к ПЕО при использовании территориальной выборки:

- 1) ПЕО должны иметь чётко зафиксированные географические (территориальные) границы. Для них должны существовать и быть доступны статистические материалы, необходимые для построения выборки.

2) ПЕО должно быть достаточно много, чтобы ошибка выборки на первой ступени не была слишком велика.

3) Население ПЕО должно быть достаточно велико, чтобы обеспечить возможность проведения исследований в течение нескольких лет в одних и тех же отобранных ПЕО. Разработка выборки, а тем более создание интервьюерской сети требует очень больших затрат, чтобы пренебрегать данным условием, если исследуется население достаточно крупного территориального объекта.

4) Территория ПЕО должна обеспечивать приемлемые расстояния для возможностей поездки интервьюеров непосредственно в точки опроса.

Что конкретно означает 2-е требование к ПЕО?

Рассмотрим стандартную ошибку для многоступенчатой выборки. Пусть мы имеем  $K$ -ступенчатую выборку. При этом исследуемая совокупность состоит из  $N_1$  единиц первой ступени, каждая из которых содержит  $N_2$  единиц второй ступени и т.д. Пусть также при реализации выборки на каждой ступени было отобрано, соответственно,  $n_1, n_2, \dots, n_k$  единиц. Тогда, если на каждой ступени применялся простой случайный отбор, выборочное среднее есть несмещённая оценка среднего значения для генеральной совокупности с дисперсией:

$$V(y) = (1-f_1) \cdot S_1^2 / n_1 + (1-f_2) \cdot S_2^2 / (n_1 \cdot n_2) + \dots + f_1 \cdot f_2 \cdot f_3 \cdot \dots \cdot (1-f_k) \cdot S_k^2 / (n_1 \cdot n_2 \cdot \dots \cdot n_k) \quad (3.1)$$

где  $S_i$  - дисперсия среднего значения в единице отбора  $i$ -ой ступени,

$f_i = n_i / N_i$  - частота отбора на  $i$ -ой ступени,

$1-f_i$  - поправка на конечность совокупности на  $i$ -ой ступени

Несмещённая оценка  $V(y)$  по выборке есть:

$$v(y) = (1-f_1) \cdot s_1^2 / n_1 + f_1 \cdot (1-f_2) \cdot s_2^2 / (n_1 \cdot n_2) + \dots + f_1 \cdot f_2 \cdot f_3 \cdot \dots \cdot (1-f_k) \cdot s_k^2 / (n_1 \cdot n_2 \cdot \dots \cdot n_k) \quad (3.2)$$

где  $s_i$  - выборочные аналоги  $S_i$

Из формулы (3.1) видно, что, если размер выборки фиксирован, то каждая ступень добавляет свою долю в дисперсию, то есть чем меньше ступеней, тем меньше должна быть стандартная ошибка. А это в свою очередь означает, что лучше всего с теоретической точки зрения двухступенчатая или трехступенчатая выборка (одноступенчатая выборка невозможна, так как для этого нет основы выборки - организованного списка жилищ на территории РФ). Общепринятой нормой для стандартной ошибки является 10% среднего квадратичного отклонения, а из формулы (3.2) видно, что это условие достигается при  $n_1 > 100$

Российская Федерация подразделяется на 89 субъектов Федерации. Субъекты Федерации в свою очередь содержат 2775 базовых административно-территориальных единиц (в том числе 1868 районов, 579 города республиканского, краевого, областного, окружного подчинения, 328 внутригородских районов, городских округов).

Число субъектов РФ слишком мало (не удовлетворяют пункту 2 требований к ПЕО) и они слишком велики по территории (не удовлетворяют пункту 4 требований к ПЕО), чтобы служить в качестве первичных единиц отбора. Тогда как **административно-территориальные единицы являются почти идеальными первичными единицами отбора для построения репрезентативной выборки домохозяйств для Российской Федерации в целом.**

В связи с двумя особенностями определения административно-территориальных единиц в РФ возникает необходимость объединить некоторые из них, прежде чем начать формирование выборки. Во-первых, часть районов имеют в своих границах города федерального, республиканского или областного подчинения, выделенные в государственной статистике в самостоятельные административно-территориальные единицы. Поскольку в РФ таких городов много, такие самостоятельные города вносятся в состав районов, на территории которых они географически расположены. Это обеспечивает бóльшую гетерогенность ПЕО и, соответственно, повышает качество выборки.

Далее, крупные российские города разделены на несколько районов. В соответствии со стандартными принципами формирования выборок такие города рассматриваются в выборке в качестве отдельных единиц. Таким образом, в результате внутреннего перераспределения исходных районов окончательный список первичных единиц отбора состоит из 2029 модифицированных административно-территориальных единиц (АТЕ).

**Намеренно исключенные территории.** Значительная часть территорий Российской Федерации находится на большом удалении, и плотность населения на этих территориях очень мала. Например, плотность населения в Эвенкийском автономном округе составляет в среднем всего один человек на 30 кв. км, в Камчатской области – один человек на 1 кв. км. Часть таких территорий заранее исключается из выборки. Из выборки исключаются территории, где проживает около 4,3% населения России – в связи с низкой плотностью населения, транспортными трудностями, сложной ситуацией для проведения опроса.

**Саморепрезентирующие территории.** Три субъекта Федерации: Москва, Московская область и Санкт-Петербург включаются в выборку автоматически. Вследствие высокой численности своего населения эти территориальные объекты на этапе стратификации образуют так называемые саморепрезентирующие страты.

**Стратификация.** Для повышения точности оценок проводится стратификация административно-территориальных единиц (ПЕО), не исключенных из выборки и не входящих в саморепрезентирующие территории.

Сначала формируется 10 модернизированных экономических регионов (см. Таблицу 1). Регионы формируются таким образом, чтобы в каждом помещалось целое число страт заданной

численности, и при этом минимально были бы изменены границы существующих экономических регионов. Затем эти регионы делятся на страты, в соответствии с показателем численности населения в каждом модернизированном регионе, и таким образом, чтобы объемы страт были примерно равны. Например, Уральский регион разделен на 6 страт, а Волго-Вятский регион на 3 страты. В Таблице 1 приведены 10 регионов и количество страт в каждом из них.

Таблица 1– Десять модернизированных экономических регионов Российской Федерации (исключая 3 саморепрезентирующие и исключенные территории)

| <b>№</b>     | <b>Регион</b>  | <b>Кол-во Страт</b> |
|--------------|--|---------------------|
| 1            | Северный регион и Костромская область  | 2                   |
| 2            | Северо-западный регион   | 1                   |
| 3            | Центральный регион без Костромской области   | 4                   |
| 4            | Волго-Вятский регион   | 3                   |
| 5            | Центрально-Черноземный регион без юга Воронежской области                          | 2                   |
| 6            | Поволжский регион без Астраханской и Пензенской областей и Калмыкии                | 4                   |
| 7            | Северо-Кавказский регион, и Астраханская область, юг Воронежской области, Калмыкия | 5                   |
| 8            | Уральский регион   | 6                   |
| 9            | Западно-Сибирский регион   | 4                   |
| 10           | Восточно-Сибирский и Дальневосточный регионы                                       | 4                   |
| <b>Итого</b> |  | <b>35</b>           |

Полное описание всех страт приведено в таблицах 2 и 3. Первые 3 страты являются саморепрезентирующими территориальными объектами. Страты 4-38 представляют собой несаморепрезентирующие объекты. Следует обратить внимание на то, что хотя страты с 4-й по 38-ю имеют примерно одинаковую численность населения (согласно дизайну выборки), количество ПЕО в стратах значительно варьирует. Соответствующее количество страт формируется в каждом из 10 регионов на основе уровня урбанизации. Географические особенности и этническая структура также принимаются во внимание там, где эти факторы имеют важное значение.

Таблица 2– Стратификация территории Российской Федерации – саморепрезентирующие страты

| № | Саморепрезентирующие страты |
|---|-----------------------------|
| 1 | г. Санкт-Петербург          |
| 2 | г. Москва                   |
| 3 | Московская область          |

Таблица 3 – Стратификация территории Российской Федерации – несаморепрезентирующие страты

| №  | Несаморепрезентирующие страты   |
|----|---|
| 4  | СЕВЕРНЫЙ РЕГИОН И КОСТРОМСКАЯ ОБЛ.<br>Процент городского населения более 87%  |
| 5  | Процент городского населения менее 87%  |
| 6  | СЕВЕРО-ЗАПАДНЫЙ РЕГИОН<br>Все районы региона  |
| 7  | ЦЕНТРАЛЬНЫЙ РЕГИОН (без Костромской обл.)<br>Север: Владимирская, Ивановская, Тверская, Смоленская, Ярославская области<br>Процент городского населения более 82% |
| 8  | Процент городского населения менее 82%  |
| 9  | Юг: Брянская, Калужская, Орловская, Рязанская, Тульская области<br>Процент городского населения более 79%   |
| 10 | Процент городского населения менее 79%  |
| 11 | ВОЛГО-ВЯТСКИЙ РЕГИОН и Пензенская обл.<br>Областные центры и столицы автономий с населением более 300 000   |
| 12 | Процент городского населения более 55%  |
| 13 | Процент городского населения менее 55%  |
| 14 | ЦЕНТРАЛЬНО-ЧЕРНОЗЕМНЫЙ РЕГИОН (без юга Воронежской области)<br>Процент городского населения более 75%   |
| 15 | Процент городского населения менее 75%  |
| 16 | ПОВОЛЖСКИЙ РЕГИОН (без Астраханской, Пензенской областей и Республики Калмыкии)<br>Казань Республика Татарстан  |
| 17 | Областные центры с населением более 900 000 (Волгоград, Самара, Саратов)  |
| 18 | Процент городского населения более 70%  |

| №  | Несаморепрезентирующие страты   |
|----|---|
| 19 | Процент городского населения менее 70%  |
|    | <p data-bbox="344 293 831 327"><b>СЕВЕРО-КАВКАЗСКИЙ РЕГИОН</b></p> <p data-bbox="344 349 1238 383">Астраханская обл., юг Воронежской обл., Республика Калмыкия</p> <p data-bbox="268 405 1018 439">20 Авт. республики Северного Кавказа без Адыгеи,</p> <p data-bbox="268 461 927 495">21 Процент городского населения более 95%</p> <p data-bbox="268 517 882 551">22 Процент городского населения 58-95%</p> <p data-bbox="268 573 906 607">23 Процент городского населения 36,5-58%</p> <p data-bbox="268 629 954 663">24 Процент городского населения менее 36,5%</p> |
|    | <p data-bbox="344 683 676 716"><b>УРАЛЬСКИЙ РЕГИОН</b></p> <p data-bbox="268 739 911 772">25 Областные центры и столицы автономий</p> <p data-bbox="268 795 603 828">26 (сдвоенная страта)</p> <p data-bbox="268 851 898 884">27 Процент русского населения менее 45%</p> <p data-bbox="268 907 995 940">28 Гор. населения более 93%; русского более 45%</p> <p data-bbox="268 963 978 996">29 Гор. населения 67,5-93%; русского более 45%</p> <p data-bbox="268 1019 1023 1052">30 Гор. населения менее 67,5%; русского более 45%</p>                                    |
|    | <p data-bbox="344 1072 839 1106"><b>ЗАПАДНО-СИБИРСКИЙ РЕГИОН</b></p> <p data-bbox="268 1128 719 1162">31 Новосибирск, Омск, Томск</p> <p data-bbox="268 1184 927 1218">32 Процент городского населения более 90%</p> <p data-bbox="268 1240 932 1274">33 Процент городского населения 57,5%-90%</p> <p data-bbox="268 1296 954 1330">34 Процент городского населения менее 57,5%</p>  |
|    | <p data-bbox="344 1350 1262 1384"><b>ВОСТОЧНО-СИБИРСКИЙ И ДАЛЬНЕВОСТОЧНЫЙ РЕГИОНЫ</b></p> <p data-bbox="268 1406 995 1440">35 Восточная Сибирь – Гор. населения более 89%</p> <p data-bbox="268 1462 963 1496">36 Дальний Восток – Гор. населения более 84%</p> <p data-bbox="268 1518 1007 1552">37 Гор. населения 64,7-89% (В.С.); 64,7-84% (Д.В.)</p> <p data-bbox="268 1574 831 1608">38 Городского населения менее 64,7%</p>   |

#### 4. Выбор конкретных первичных единиц отбора (ПЕО)

Вероятностный отбор предполагает, что из каждой страты должна быть выбрана по крайней мере одна ПЕО. В связи с этим в каждой несаморепрентирующей страте выбирается одна ПЕО по методу: «отбора с вероятностью, пропорциональной численности» (ВПЧ). То есть, чем больше доля численности населения данной ПЕО в общей численности населения данной страты, тем больше вероятность ее выбора.

#### 5. Принципы выбора и формирования вторичных (ВЕО) и третичных (ТЕО) единиц отбора

В зависимости от типа ПЕО выборка может не иметь третьей ступени

|  |  |
|--|--|
| <b>ПЕО – состоит из одного города</b>      | <b>Внутри одного города, ВЕО являются избирательные участки.</b> Конкретные избирательные участки отбираются простым механическим отбором с фиксированным шагом из соответствующего списка избирательных участков города. На выбранных избирательных участках производится отбор домохозяйств для участия в опросе. Для этого используются списки жилищ, существующие на избирательных участках, которые проверяются путем натурного обхода. Отбор жилищ производится из скорректированного списка простым механическим отбором с фиксированным шагом. Если при натурном обходе выясняется, что в жилище проживает более одного домохозяйства, то обходящий случайным образом выбирает одно из них для включения в выборку домохозяйств. |
| <b>ПЕО – состоит из городов, пгт и снп</b> | <b>При такой структуре ПЕО, вторичными единицами отбора (ВЕО) являются все три вида поселений.</b> Первоначально осуществляется стратификация населения по численности на городское и сельское. Пропорционально долям распределяется выборка домохозяйств.   |

|  |  |
|--|--|
|  | <p><b>Конкретные города и пгт (ВЕО) отбираются из списка городов</b> и пгт с помощью метода механического отбора пропорционального численности.</p> <p>Внутри каждого отобранного городского поселения, появляется третья ступень отбора - <b>избирательные участки, которые становятся третичной единицей отбора ТЕО.</b></p> <p>Конкретные избирательные участки отбираются простым механическим отбором с фиксированным шагом из соответствующего списка избирательных участков города.</p> <p>На выбранных избирательных участках производится отбор домохозяйств для участия в опросе. Для этого используются списки жилищ, существующие на избирательных участках, которые проверяются путем натурального обхода. Отбор жилищ производится из скорректированного списка простым механическим отбором с фиксированным шагом.</p> <p>Если при натурном обходе выясняется, что в жилище проживает более одного домохозяйства, то обходящий случайным образом выбирает одно из них для включения в выборку домохозяйств.</p> <p><b>Конкретные снп (ВЕО) отбираются из списка снп</b> с помощью метода механического отбора пропорционального численности.</p> <p><b>В случае сельских поселения ТЕО отсутствует, так как отбор домохозяйств производится по похозяйственной книге общей для всего снп.</b> Список в похозяйственной книге проверяется путем натурального обхода. Отбор жилищ производится из скорректированного списка простым механическим отбором с фиксированным шагом.</p> |
|--|--|

**Дизайн исходной выборки обеспечивает репрезентативность генеральных совокупностей домохозяйств и респондентов от 18 лет для отдельных групп населения Российской Федерации (в случае их достаточной численности относительно размера выборки), обычно интересующих исследователей, например, проживающих в городе или селе, или в городах с разной численностью населения и т.д.**

**Выборка не репрезентативна:**

- относительно регионов РФ, так как отбор административно-территориальных единиц проводится для того, чтобы репрезентировать страту, а не отдельные регионы, входящие в эту страту, в которых конкретные (АТЕ) были выбраны;

- относительно людей и домохозяйств, находящихся в верхнем квинтиле по доходам, который практически не представлен в выборочной совокупности при массовых опросах. Для его учета и включения в выборку необходимо проводить специальное обследование.

#### **6. Фактическое распределение численности домохозяйств по точкам опроса. Сравнение реализованной выборки с первоначальным дизайном**

В соответствии с договором на оказание консультационных услуг, в 6-й волне обследования 2024 года, как и в волнах 2013-2022 годов, целевой объём выборки должен был составлять 6000 домохозяйств. В выборку были включены адреса всех домохозяйств, которые участвовали в обследовании 2022 г. Кроме этого, ожидалось, что некоторые из домохозяйств, опрошенных ранее, по тем или иным причинам не смогут принять участие в проекте в 2024 г. Поэтому к адресам домохозяйств, опрошенных в 2022 г, были добавлены адреса тех, кто не участвовал в обследовании в 2022 г, но участвовал ранее: в 2020, 2018, 2015, или 2013 гг. В тех регионах, где наблюдались наибольшие потери ранее опрошенных, в выборку также было добавлено достаточное количество новых адресов. А именно столько, чтобы общее число опрошенных по всем адресам составило не менее 6000 домохозяйств.

Общее количество жилищ, посещенных для проведения опроса, в 2024 году составило 8940 адресов. Новые адреса добавлялись так, чтобы опросить целевое количество домохозяйств в каждом регионе и каждом населённом пункте. Новые адреса отбирались с соблюдением точно такой же процедуры, по которой отбирались в прошлые волны адреса ранее опрошенных. Этим обеспечивалось сохранение репрезентативности выборки по отношению к генеральной совокупности, которую представляют все домохозяйства России на момент проведения шестой волны обследования. Добавление новых адресов для компенсации потерь ранее опрошенных домохозяйств – это стандартная процедура для лонгитюдных обследований, которые одновременно преследуют две цели: а) репрезентировать генеральную совокупность на момент проведения каждой волны обследования и б) используя панельную часть выборки, которая должна быть достаточного объема, получить возможность оценки изменения как в совокупности в целом и ее подсовкупностях, так и по отдельным единицам наблюдения (в данном случае домохозяйствам и их членам), произошедшие за период между волнами.

Объем и структура выборки в шестой волне обследования позволяют решать обе эти задачи. По результатам проведения интервью репрезентативная выборка составила 6079 домохозяйств. Из 6081 домохозяйства, опрошенных в 2022 г. повторно опрошены в 2024 г. были 5225 домохозяйств. Таким образом, достижимость ранее опрошенных в 2022 г. домохозяйств составила 85,9%. Данный результат достижимости панельных единиц наблюдения для общенациональных обследований домохозяйств такого типа, то есть обследований с вопросником столь большого объема, большим количеством сенситивных вопросов и достаточно длинным интервалом между интервью – через 2 года после последнего интервью – является достаточно высоким по сравнению с опросами с аналогичными характеристиками в мировой практике.

Таким образом очевидно, что для достижения того же самого объема опрошенных домохозяйств (6081 в 2022 году и 6079 в 2024 году) интервьюерам пришлось обойти существенно большее количество адресов (8502 адреса в 2022 году и 8940 в 2024 году). Учитывая, то, что достижимость домохозяйств, участвовавших в предыдущей волне, даже несколько выросла (85,9% в 2024 году против 81,8% в 2022 году), становится очевидным, что растет недостижимость (в основном отказы участвовать в опросе) среди новых домохозяйств, ранее не участвовавших в опросе. Это увеличивающаяся тенденция последних лет, которая приводит к нескольким негативным последствиям: 1) увеличение времени, затрачиваемого интервьюером для достижения того же объема опрошенных домохозяйств, в том числе увеличение времени на обход новых адресов для поиска новых домохозяйств и возможное увеличение числа повторных посещений. При этом необходимо учитывать, 1) что процесс налаживания контакта с новым домохозяйством для участия в опросе, тем более по таким сенситивным вопросам, как в данном обследовании, является с психологической точки зрения наиболее сложной частью работы интервьюера, требующей от него не только значительных временных, но и эмоциональных затрат. В результате объем работы интервьюера увеличивается; 2) все это приводит и будет приводить в дальнейшем к увеличению времени проведения полевой части опроса.

В таблице 4 приведены подробные данные о целевых объемах выборки, количестве посещенных адресов и количестве фактически опрошенных домохозяйствах по точкам опроса.

Таблица 4 – Численность целевой выборки домохозяйств, количество пройденных адресов и фактически опрошенных домохозяйств в разрезе первичных единиц отбора (точек опроса)

| <b>№ страт</b> | <b>Первичные единицы отбора (ПЕО)</b> | <b>Планируемый (целевой) объём выборки в стране</b> | <b>Количество опрошенных домохозяйств</b> | <b>Количество пройденных адресов</b> |
|----------------|---------------------------------------|---|---|--------------------------------------|
| <b>1</b>       | <b>2</b>                              | <b>3</b>  | <b>4</b>                                  | <b>5</b>                             |
| 1              | г. Санкт-Петербург                    | 228   | 229                                       | 392                                  |
| 2              | г. Москва                             | 530   | 555                                       | 993                                  |
| 3              | Московская область                    | 348   | 343                                       | 592                                  |
| 4              | Республика Коми: НП1                  | 140   | 142                                       | 237                                  |
| 5              | Республика Коми: НП2                  | 140   | 143                                       | 271                                  |
| 6              | Ленинградская область: НП1            | 140   | 142                                       | 253                                  |
| 7              | Смоленская область: НП1               | 139   | 141                                       | 276                                  |
| 8              | Тверская область: НП1                 | 140   | 143                                       | 164                                  |
| 9              | Тульская область: НП1                 | 140   | 144                                       | 188                                  |
| 10             | Калужская область: НП1                | 140   | 133                                       | 179                                  |
| 11             | Нижегородская область: НП1            | 140   | 145                                       | 176                                  |
| 12             | Республика Чувашия: НП1               | 140   | 143                                       | 237                                  |
| 13             | Пензенская область: НП1               | 140   | 142                                       | 146                                  |
| 14             | Липецкая область: НП1                 | 140   | 142                                       | 147                                  |
| 15             | Тамбовская область: НП1               | 140   | 142                                       | 154                                  |
| 16             | Республика Татарстан: НП1             | 140   | 143                                       | 183                                  |
| 17             | Саратовская область: НП1              | 140   | 142                                       | 207                                  |
| 18             | Саратовская область: НП2              | 139   | 121                                       | 189                                  |
| 19             | Волгоградская область: НП1            | 140   | 144                                       | 199                                  |
| 20             | Республика Кабардино-Балкария: НП1    | 139   | 140                                       | 264                                  |
| 21             | Ростовская область: НП1               | 140   | 142                                       | 145                                  |
| 22             | Краснодарский край: НП1               | 140   | 142                                       | 201                                  |
| 23             | Ставропольский край: НП1              | 140   | 143                                       | 153                                  |
| 24             | Краснодарский край: НП2               | 140   | 142                                       | 145                                  |

| № страт | Первичные единицы отбора (ПЕО) | Планируемый (целевой) объём выборки в страте | Количество опрошенных домохозяйств | Количество пройденных адресов |
|---------|--------------------------------|--|------------------------------------|-------------------------------|
| 1       | 2                              | 3  | 4                                  | 5                             |
| 25      | Челябинская область: НП1       | 140  | 143                                | 293                           |
| 26      | Курганская область: НП1        | 139  | 142                                | 209                           |
| 27      | Республика Удмуртия: НП1       | 140  | 146                                | 206                           |
| 28      | Оренбургская область: НП1      | 140  | 142                                | 242                           |
| 29      | Пермский край: НП1             | 139  | 142                                | 174                           |
| 30      | Челябинская область: НП2       | 140  | 142                                | 163                           |
| 31      | Томская область: НП1           | 140  | 143                                | 204                           |
| 32      | Новосибирская область: НП1     | 140  | 145                                | 217                           |
| 33      | Алтайский край: НП1            | 140  | 141                                | 176                           |
| 34      | Алтайский край: НП2            | 140  | 137                                | 179                           |
| 35      | Красноярский край: НП1         | 140  | 143                                | 248                           |
| 36      | Приморский край: НП1           | 140  | 142                                | 178                           |
| 37      | Красноярский край: НП2         | 140  | 143                                | 193                           |
| 38      | Амурская область: НП1          | 139  | 141                                | 167                           |
| Итого   |                                | 6000   | 6079                               | 8940                          |

Столбец 4 Таблицы 4 демонстрирует, что фактическое распределение выборки по точкам опроса очень близко к целевому. Столбец 5 Таблицы 4 указывает общее количество адресов, посещённых при проведении обследования (и адреса ранее опрошенных, и новые адреса – все, включая и все те адреса, по которым опрос провести не удалось). Он даёт представление об уровне достижимости в каждом из регионов.

## 7. Структура и уровень недостижимости

**Недостижимостью** принято считать невозможность получить в ходе опроса информацию от объекта наблюдения, запланированного в изначальной выборке. Те объекты наблюдения, которые по тем или иным причинам не приняли участие в опросе, называют «недо-

стижимыми». Показатель, отражающий определенным образом рассчитанную долю всех достижимых единиц наблюдения, от которых удалось получить информацию, к числу тех единиц наблюдения, от которых нужно было получить информацию, называется *уровнем достижимости* («response rate»). Этот показатель является наиболее общим из всех существующих и объединяет в себе все случаи недостижимости. При этом при расчете уровня достижимости исключаются **нелегитимные жилища**, то есть помещения, оказавшиеся по какой-либо причине нежилыми на момент опроса. Это те адреса, где провести опрос было заведомо невозможно: например, разрушенные, снесенные или еще не заселенные строения. Также это могут быть помещения, занятые бизнес-структурой, государственной или иной организацией. Поскольку опрос проводится на русском языке, в нелегитимные жилища также включаются адреса, где проживают люди, не говорящие по-русски.

Для количественной характеристики отдельных аспектов недостижимости, рассчитываются и другие показатели недостижимых единиц наблюдения: доля отказов, доля неустановленных контактов, доля неспособных принять участие и т.д. Таким образом, феномен недостижимости не является однородным. Общий уровень недостижимости складывается из разных составляющих:

- А) невозможности установить контакт или недоступности единицы наблюдения<sup>2</sup>;
- Б) отказа от участия в опросе;
- В) неспособность домохозяйства или респондента принять участие в опросе.

Этим трем типам недостижимости соответствуют три типа недостижимых единиц наблюдения:

а) недоступные домохозяйства или респонденты – те, с которыми не удалось войти в контакт;

б) отказавшиеся от участия в опросе домохозяйства или респонденты;

в) неспособные принять участие в опросе – к ним относятся, в основном, респонденты с физическими или ментальными отклонениями, которые мешают им принять участие в опросе или сильно затрудняют этот процесс (глухота, слепота и т.п.), временно больные, находящиеся в состоянии алкогольного опьянения на протяжении времени проведения опроса, респонденты, не владеющие языком, на котором проводится опрос.

По результатам опроса достижимость по всей выборочной совокупности по всем регионам составила 68 %.

---

<sup>2</sup> «Единицей наблюдения» в массовых опросах являются либо домохозяйства, либо отдельные респонденты. В данном обследовании при работе по адресной выборке при оценке достижимости единицей наблюдений выступают домохозяйства, проживающие по адресу, включенному в выборку.

Всего в 2024 г. опрошено 6079 домохозяйств. Из них в 5325 домохозяйствах повторно опрошены респонденты, ранее опрошенные в 5-ю волну обследования в 2022 г. Это составляет 87,6% всех семей, опрошенных в 2024 г. Кроме них, в 2024 году были также опрошены ещё 203 семьи, которые участвовали в обследовании хотя бы 1 раз в 2013-2020 гг., но пропустили участие в 2022 году. И еще 552 семьи были опрошены в 2024 году впервые.

Процент замен в шестой волне по сравнению с предыдущей волной обследования (2022 год) составляет 12,4% домохозяйств. Как было указано выше, достижимость в 2024 году семей, принимавших участие в обследовании 2022 года, составила 85,9%. (Некоторые домохозяйства, опрошенные в 2022 г, к моменту опроса 2024 г разделились на 2 домохозяйства: повзрослевшие дети стали вести хозяйство отдельно от родителей. В таких случаях опрашивались оба таких домохозяйства: и домохозяйство родителей, и домохозяйство выросших детей. Поэтому количество семей 2024 г, где есть члены семьи, участвовавшие в обследовании 2022 г, больше, чем количество семей 2022 г, опрошенных в 2024 г.)

Достижимость по адресам не участвовавших в волне 2022 года домохозяйств, заметно ниже: опрос удалось провести только по 27,4 % адресов, выданных в 2024 году для дополнения выборки. А именно, по 2759 дополнительным адресам было опрошено 755 семей. Вероятность повторного опроса ранее опрошенных всегда выше. Лучшей достижимости ранее опрошенных, в частности, способствует их позитивный опыт участия в обследовании и налаженный при прошлых посещениях контакт с интервьюером: по возможности одну и ту же семью в разные волны опрашивает один и тот же интервьюер.

Как обычно, уровень достижимости существенно различается в первичных единицах отбора разного типа. Традиционно более низкая достижимость наблюдается в городских населенных пунктах, и особенно в крупных городах. Там, в связи с большей мобильностью населения и большей долей отказов от участия в обследовании, наблюдаются повышенные потери респондентов в 2024 г., и из-за этого требуется больше первично опрошенных домохозяйств для замены этих потерь. Таким образом, в крупных городах действуют обе причины, снижающие достижимость.

В таблице 5 приведены данные об источниках недостижимости при проведении обследования для выборки жилищ:

Таблица 5 – Причины недостижимости домохозяйств в жилищах, вошедших в выборку

| <b>Причины недостижимости</b> | <b>Количество жилищ</b> | <b>% от всех недостижимых единиц</b> | <b>% от легитимных единиц</b> |
|-------------------------------|-------------------------|--------------------------------------|-------------------------------|
| Нежилое помещение             | 114                     | 4,0%                                 |                               |

| Причины недостижимости  | Количество жилищ | % от всех недостижимых единиц | % от легитимных единиц |
|---|------------------|-------------------------------|------------------------|
| В квартире (доме) в данный момент никто не живет  | 237              | 8,3%                          |                        |
| В течение 3 посещений квартира недоступна (заперта дверь в отсек, не пускает охрана и т.д.) | 53               | 1,9%                          |                        |
| Жильцы не говорят по-русски   | 43               | 1,5%                          |                        |
| В течение 3 посещений никого нет дома   | 841              | 29,4%                         | 34,9%                  |
| В течение 3 посещений не отрывают дверь, не вступая в разговор                              | 52               | 1,8%                          | 2,2%                   |
| Опрос невозможен ввиду болезни (временная болезнь типа гриппа)                              | 78               | 2,7%                          | 3,2%                   |
| Опрос невозможен ввиду инвалидности, глухоты и т.п.   | 10               | 0,3%                          | 0,4%                   |
| В течение 3 посещений дома нет никого из взрослых   | 8                | 0,3%                          | 0,3%                   |
| Постоянно пьяные <sup>3</sup>   | 7                | 0,2%                          | 0,3%                   |
| Семья отсутствует в течение всего времени опроса (в командировке, в больнице)               | 130              | 4,5%                          | 5,4%                   |
| Отказ от участия в опросе   | 1253             | 43,8%                         | 51,9%                  |
| Иные причины  | 34               | 1,2%                          | 1,4%                   |
| <b>Всего не участвующих в опросе</b>  | <b>2860</b>      |                               |                        |
| <b>Всего принявших участие в опросе</b>   | <b>6079</b>      |                               |                        |
| <b>Сумма всех выданных адресов</b>  | <b>8940</b>      | <b>100,0%</b>                 |                        |
| Из них нелегитимных жилищ   | 447              |                               |                        |
| легитимных жилищ  | 8493             |                               | 100,0%                 |

Таким образом, **уровень достижимости (доля опрошенных среди легитимных жилищ) в обследовании 2024 г. составил 71,6 %.**

Согласно таблице 5 основными причинами недостижимости домохозяйств были невозможность вступить в контакт с домохозяйством (43% от всех случаев недостижимости легитимных жилищ) и отказ домохозяйства участвовать в обследовании (52% случаев недостижимости). Невозможность контакта с домохозяйством включает в себя несколько ситуаций: отсутствие взрослых дома, отсутствие семьи в течение всего опроса и т.п., но подавляющее

<sup>3</sup> Также сюда включены причины, связанные с тем, что посещение адреса опасно для интервьюера (например, жильцы психически больны, больны алкоголизмом, наркоманией, ведут себя агрессивно).

большинство случаев недостижимости из-за отсутствия контакта с домохозяйством объяснялось отсутствием дома кого-либо из членов домохозяйства во время как минимум трехкратного посещения интервьюером адреса в период проведения опроса.

Неспособность членов домохозяйства принять участие в опросе, в том числе из-за болезни, являлась причиной неучастия в обследовании в 4 % случаев недостижимости.

## **8. Описание процедуры взвешивания и пост-стратификационные веса**

При разработке дизайна выборки для проведения социологических опросов стремятся обеспечить равную вероятность попасть в выборку для каждой из единиц обследования. То есть выборка должна быть сформирована так, чтобы каждое домохозяйство из генеральной совокупности имело равный шанс быть отобранным в выборочную совокупность. Однако при проведении общероссийского обследования методом интервью «лицом к лицу» невозможно достичь идеально равной вероятности отбора в выборку для каждого домохозяйства в силу разных причин. До проведения исследования невозможно точно определить число жилищ на каждом участке, и тем более предсказать уровень достижимости на каждом из участков, но после проведения опроса эта информация становится известной. Поэтому уже после проведения исследования можно подсчитать, в какой степени вероятность быть отобранным в выборку для жилищ на разных участках в действительности различается.

Даже при самом идеальном дизайне выборки из-за различия уровня достижимости единиц наблюдений разного типа (например, разных демографических групп) в разных местах проведения обследования реальная выборка в массовых выборочных обследованиях имеет распределения по интересующим исследователя характеристикам, несколько отклоняющиеся от тех, которые существуют в генеральной совокупности. Если для генеральной совокупности распределения этих характеристик известны – например, эти данные собираются в ходе сплошной переписи населения, – то выборку можно «скорректировать», то есть перевзвесить ее по имеющимся для генеральной совокупности данным. Для такого перевзвешивания используются пост-стратификационные веса. Это специально рассчитанные коэффициенты, которые при анализе выборочных данных приводят данные выборочной совокупности по тем или иным параметрам в точное соответствие с заранее известными данными о генеральной совокупности. Данными о генеральной совокупности для общероссийского обследования 2024г. служат: для индивидуальной выборочной совокупности – Бюллетень Росстата 2024г; для выборочной совокупности домохозяйств – перепись населения Российской Федерации 2020г.

Пост-стратификационные веса представляют собой коэффициенты, на которые необходимо умножить долю наблюдений в каждой группе в выборочной совокупности, чтобы получить долю этой группы в генеральной совокупности. Для каждой группы наблюдений пост-стратификационный вес вычисляется как частное от деления доли этой группы в данных переписи населения на количество наблюдений в этой группе в выборочной совокупности:

$$W_i = \frac{N_i}{n_i}, \quad (1)$$

где  $W_i$  – пост-стратификационный вес для  $i$  – й группы,  
 $N_i$  – численность  $i$  –й группы в генеральной совокупности,  
 $n_i$  – количество опрошенных респондентов в  $i$  –й группе.

Пост-стратификационные веса можно рассчитывать для любых характеристик выборочной совокупности, для которых имеются распределения в генеральной совокупности. При этом нужно понимать, что взвешивание выборки является методом коррекции, а не получения новой информации.

Веса для индивидуальных респондентов, рассчитанные для базы данных 2024 г., приводят выборочную совокупность в точное соответствие с данными Бюллетеня Росстата 2024г по многомерному распределению по наиболее часто используемым параметрам: тип населенного пункта (городское и сельское население), пол и возрастная группа.

Для домохозяйств, участвовавших в обследовании 2024 года, пост-стратификационные веса рассчитываются в целях установления соответствия выборочного распределения к данным переписи населения 2020 г. по размеру домохозяйства и типу населенного пункта (городское или сельское поселение).

В зависимости от целей анализа может быть полезным вычисление и других пост-стратификационных весов, которые корректируют выборочное распределение по каким-то другим заранее известным показателям. Пример расчета пост-стратификационных весов для указанных показателей по домохозяйствам и индивидам в обследовании финансового поведения 2024 года приведён в таблицах 6 и 7.

Таблица 6 – Пост-стратификационные веса для домохозяйств по размеру и типу поселения

| Тип населенного пункта | Размер домо-хозяйства (чел) | Данные переписи населения России 2020г | Данные переписи населения России 2020г в % | Количество опрошенных домохозяйств в 2022г | Количество опрошенных домохозяйств в 2024г | Количество д/х 2022г в % к сумме всех опрошенных д/х 2022г | Количество д/х 2024г в % к сумме всех опрошенных д/х 2024г | Пост-стратификационные веса к переписи населения 2020 г. |
|------------------------|-----------------------------|--|--|--|--|--|--|--|
| 1                      | 2                           | 3                                      | 4  | 5  | 6  | 7  | 8  | 9  |
| Городская местность    | 1                           | 22594673                               | 34,2                                       | 1143                                       | 1303                                       | 18,80  | 21,4   | 1,596  |
|                        | 2                           | 12718864                               | 19,3                                       | 1476                                       | 1449                                       | 24,27  | 23,8   | 0,808  |
|                        | 3                           | 8056272                                | 12,2                                       | 971  | 930  | 15,97  | 15,3   | 0,797  |
|                        | 4                           | 5202951                                | 7,9  | 632  | 594  | 10,39  | 9,8  | 0,806  |
|                        | 5 и более                   | 2903277                                | 4,4  | 344  | 363  | 5,66   | 6,0  | 0,736  |
|                        | <b>Всего</b>                | <b>51476037</b>                        | <b>77,9</b>                                | <b>4566</b>                                | <b>4639</b>                                | <b>75,09</b>   | <b>76,3</b>  |  |
| Сельская местность     | 1                           | 5034719                                | 7,6  | 345  | 377  | 5,67   | 6,2  | 1,229  |
|                        | 2                           | 3759748                                | 5,7  | 519  | 513  | 8,53   | 8,4  | 0,675  |
|                        | 3                           | 2274413                                | 3,4  | 270  | 241  | 4,44   | 4,0  | 0,869  |
|                        | 4                           | 1783647                                | 2,7  | 210  | 177  | 3,45   | 2,9  | 0,927  |
|                        | 5 и более                   | 1732855                                | 2,6  | 171  | 133  | 2,81   | 2,2  | 1,199  |
|                        | <b>Всего</b>                | <b>14585382</b>                        | <b>22,1</b>                                | <b>1515</b>                                | <b>1441</b>                                | <b>24,91</b>   | <b>23,7</b>  |  |
| <b>Всего</b>           |                             | <b>66061419</b>                        | <b>100,0%</b>                              | <b>6079</b>                                | <b>6079</b>                                | <b>100,00</b>  |  |  |

Таблица 7 – Пост-стратификационные веса для групп индивидов по полу, возрасту и типу поселения

| Тип населенного пункта | Пол          | Возраст      | Данные Росстата на 01.01.2024 | Данные Росстата на 01.01.2024 в % | Количество респондентов в 2022г | Количество респондентов в 2024г | Респонденты 2024г в % к сумме всех респондентов 2024г | Пост-стратификационные веса к данным Росстата на 01.01.2024 |
|------------------------|--------------|--------------|-------------------------------|-----------------------------------|---------------------------------|---------------------------------|---|---|
| 1                      | 2            | 3            | 4                             | 5                                 | 6                               | 7                               | 8   | 9   |
| Городская местность    | Мужской      | 18-29        | 6798291                       | 5,8                               | 662                             | 644                             | 5,4   | 1,080   |
|                        |              | 30-44        | 13112021                      | 11,3                              | 1192                            | 1182                            | 10,0  | 1,130   |
|                        |              | 45-59        | 9729189                       | 8,4                               | 910                             | 892                             | 7,5   | 1,110   |
|                        |              | 60+          | 9217212                       | 7,9                               | 949                             | 929                             | 7,8   | 1,010   |
|                        |              | <b>Всего</b> | 38856713                      | 33,4                              | 3713                            | 3647                            | 30,8  |   |
|                        | Женский      | 18-29        | 6597725                       | 5,7                               | 693                             | 708                             | 6,0   | 0,950   |
|                        |              | 30-44        | 14050409                      | 12,1                              | 1363                            | 1337                            | 11,3  | 1,070   |
|                        |              | 45-59        | 11477579                      | 9,9                               | 1271                            | 1292                            | 10,9  | 0,910   |
|                        |              | 60+          | 16433678                      | 14,1                              | 1900                            | 1962                            | 16,6  | 0,850   |
|                        |              | <b>Всего</b> | 48559391                      | 41,8                              | 5227                            | 5299                            | 44,8  | 1,080   |
|                        | <b>Всего</b> |              | <b>87416104</b>               | <b>75,2</b>                       | <b>8940</b>                     | <b>8946</b>                     | <b>75,5</b>   |   |

| Тип населенного пункта | Пол          | Возраст          | Данные Росстата на 01.01.2024 | Данные Росстата на 01.01.2024 в % | Количество респондентов в 2022г | Количество респондентов в 2024г | Респонденты 2024г в % к сумме всех респондентов 2024г | Пост-стратификационные веса к данным Росстата на 01.01.2024 |
|------------------------|--------------|------------------|-------------------------------|-----------------------------------|---------------------------------|---------------------------------|---|---|
| 1                      | 2            | 3                | 4                             | 5                                 | 6                               | 7                               | 8   | 9   |
| Сельская местность     | Мужской      | 18-29            | 2343321                       | 2,0                               | 189                             | 146                             | 1,2   | 1,610   |
|                        |              | 30-44            | 4060034                       | 3,5                               | 352                             | 298                             | 2,5   | 1,390   |
|                        |              | 45-59            | 3594599                       | 3,1                               | 433                             | 374                             | 3,2   | 0,980   |
|                        |              | 60+              | 3687779                       | 3,2                               | 415                             | 387                             | 3,3   | 0,970   |
|                        |              | <b>Всего</b>     | 13685733                      | 11,8                              | 1389                            | 1205                            | 10,2  |   |
|                        | Женский      | 18-29            | 2110142                       | 1,8                               | 223                             | 201                             | 1,7   | 1,060   |
|                        |              | 30-44            | 3771290                       | 3,2                               | 418                             | 341                             | 2,9   | 1,130   |
|                        |              | 45-59            | 3775631                       | 3,2                               | 555                             | 507                             | 4,3   | 0,760   |
|                        |              | 60+              | 5474233                       | 4,7                               | 637                             | 640                             | 5,4   | 0,870   |
|                        |              | <b>Всего</b>     | 15131296                      | 13,0                              | 1833                            | 1689                            | 14,3  |   |
|                        | <b>Всего</b> |                  | 28817029                      | <b>24,8</b>                       | <b>3222</b>                     | <b>2894</b>                     | <b>24,5</b>   |   |
| <b>Всего</b>           |              | <b>116233133</b> | <b>100,00</b>                 | <b>12162</b>                      | <b>11840</b>                    | <b>100,00</b>                   |   |   |

Итоговые пост-стратификационные веса для полученной выборки представлены в столбце 9 таблицы 6 и в столбце 9 таблицы 7. Они приводят выборку к распределению по выбранным характеристикам, наблюдаемому в генеральной совокупности, то есть в переписи населения России 2020 года для данных домохозяйств, и к расчётным данным Росстата на 01.01.2024г – для индивидуальных данных. Пост-стратификационный вес, превышающий единицу, свидетельствует о недостаточной представленности конкретной группы в выборке. И наоборот: коэффициент, меньший, чем единица, означает «перепредставленность» соответствующей группы.

Согласно данным из таблицы 6, выборочная совокупность опрошенных в 2024 г. домохозяйств по месту проживания и размеру семьи весьма близка к выборочной совокупности 2020 г, которая соответствовала переписи населения Российской Федерации 2010 г. При этом по размеру семьи она заметно отличается от генеральной совокупности переписи населения 2020 г. А именно, в переписи 2020 по сравнению с переписью 2010 г. очень существенно выросла доля одиночек в период между двумя последними переписями (с 25,7% до 41,8%). Доля одиночек, как одного из демографических типов домохозяйств, постоянно повышается, о чем говорят данные микропереписей и переписей постсоветского периода: 19,2% в 1994 г., затем 22,3% в 2002 г., 25,7% в 2010 г., 30,6% в 2015 г. (Миронова, Прокофьева 2018: 90), но никогда еще переписи не фиксировали такого роста доли одиночек, как в последний межпереписной период. Демографы видят основную причину в более активном выделении молодежи из родительских семей, как еще не создавшей свои семьи (более 20% роста), так и молодые семьи (в сумме доля семей из 1 и 2 человек выросла на 25%), причем характерно это в основном для городов, особенно с большим количеством учащейся молодежи). В Москве, например, по данным переписи 2020 года больше половины всех домохозяйств – это одиночки (51,6%).

Активное выделение молодых из семей родителей может быть хотя и основной, но не единственной причиной роста доли одиночек. Можно предполагать, что повышенная смертность пожилых в период коронавирусной инфекции могла повлиять на общий рост числа одиночек (смерть одного из супругов).

Однако, несмотря на существующие гипотезы о причинах роста, и факт, что доля домохозяйств одиночек последние десятилетия постоянно повышается, слишком резкий рост доли домохозяйств одиночек между двумя последними переписями вызывает у большого числа демографов сомнения в качестве этих данных, собранных в переписи 2020 года.<sup>4</sup>

---

<sup>4</sup>Прокофьева Л. М., & Корчагина И. И. (2023). Демографическая структура семей и домохозяйств в России, её динамика по данным переписей населения. Демографическое обозрение, 10(2), 4-17

Необходимо также учитывать то, что обследование финансового поведения домохозяйств является лонгитюдным, и его основным приоритетом было сохранение ранее опрошенных домохозяйств. Поэтому пост-стратификационные веса, которые приводят данные выборочной совокупности к данным переписи 2020 г., в тех группах, доля которых существенно изменилась в переписи 2020 года по отношению к переписи 2010 года, оказались достаточно большими: ведь сам массив остался во многом (более чем на 80%) тем же, каким он был в 2022 г. и ранее, в 2013-2015-2018 гг. Тем не менее, даже у самой недопредставленной относительно данных переписи 2020 г. группы – домохозяйств одиночек в городах – постстратификационный вес составляет 1,6. В самой перепредставленной группе домохозяйств – семьи из 2х человек в сёлах – постстратификационный вес составил 0,7. Заметим, что в этой группе в 2024 году было опрошено практически столько же домохозяйств, сколько было опрошено и в 2022 г.: 513 в 2024 г. после 519ти в 2022 г. В 79% домохозяйств пост-стратификационный вес составил от 0,7 до 1,2. В 65% домохозяйств – от 0,8 до 1,2.

Согласно данным таблицы 7, среди опрошенных индивидов наиболее недопредставлены, как и при обследовании 2022 г., мужчины 18-44 лет из сельской местности. В то же время количество мужчин 45 лет и старше из сельской местности в выборочной совокупности соответствует требуемому. Больше требуемого опрошено женщин 45-59 лет, и женщин 60ти лет и старше и в городах, и в сельской местности. Доли всех других групп в выборочных данных близки к долям этих групп в генеральной совокупности, согласно расчетным данным Росстата на 01.01.2024 г. В целом, доля сельских жителей в выборочной совокупности практически соответствует этой доле в генеральной совокупности, согласно расчетным данным Росстата на 01.01.2024 г.

В таблице 7 приведены абсолютные количества опрошенных в каждой группе в 2022 г. и 2024 г. Можно заметить, что количество индивидов в каждой группе изменяется очень незначительно. Несомненно, это связано с тем, что более 80% массива составляют ранее опрошенные респонденты. Этим объясняется и тот факт, что в разные волны обследования недопредставленные группы и перепредставленные группы одни и те же. Поскольку основным приоритетом было сохранение ранее опрошенных респондентов, существенно изменить половозрастную структуру опрошенных так, чтобы она стала более приближённой к современному состоянию, не было возможности. А так как именно в сельских населённых пунктах респонденты легче достижимы и чаще готовы продолжать участие в обследовании, то в сельской местности замещающих семей мало, и они не могут как-то существенно приостановить старение большой стабильной выборочной совокупности. В городах же доля замен домохозяйств всегда существенно выше, поэтому больше и шанс заменить выбывшее домохозяйство пенсионеров домохозяйством лиц более младшего возраста. Относительное

преобладание именно старших возрастов также, несомненно, связано с лонгитюдным характером обследования: ведь, если учитывать, что более 80% опрошенных – это семьи, ранее уже участвовавшие в этом проекте, то становится понятным, что половозрастная структура выборочной совокупности определяется главным образом именно ими. Количество замещающих семей немного, и среди них тоже есть представители старших поколений. Кроме того, домохозяйства без лиц старшего возраста более мобильны, сложнее достижимы, и более склонны отказываться от интервью. Этим объясняется постоянный недобор молодых возрастов при проведении лонгитюдных обследований домохозяйств.

При этом пост-стратификационные веса демонстрируют, что существенных скасов по полу и возрасту в выборочной совокупности не наблюдается: самый большой пост-стратификационный вес составляет 1,61, самый маленький – 0,76. 92% индивидуальных наблюдений имеют пост-стратификационные веса от 0,85 до 1,13, при этом 50% индивидуальных наблюдений – от 0,91 до 1,08.

Процедура взвешивания не является обязательной при анализе данных обследования, но может быть полезна для использования при анализе полного массива, когда необходимо обеспечить точное соответствие выборочных данных именно тем характеристикам генеральной совокупности, по которым рассчитаны используемые пост-стратификационные веса.

## **9. Корректировка опросного инструментария**

Для текущей шестой волны базовое содержание и структура вопросников в основном не изменились, однако появились дополнительные блоки вопросов внутри существующих разделов.

Рассмотрим примеры изменений, проведенных в разделах и блоках вопросов вопросника домохозяйства и индивидуального вопросника.

**Вопросник домохозяйства** включает следующие разделы: «Информация о домохозяйстве», «Жилищные условия», «Другая недвижимость», «Доходы» и «Расходы». Основные блоки вопросов, составляющие эти разделы, остались прежним. Для некоторых вопросов были изменены формулировки или дополнены варианты ответов.

Раздел «Жилищные условия»

- В начале раздела изменен вопрос об основаниях возникновения собственности на жильё. Вариант «Куплено или построено» был разделен на «Куплено у застройщика», «Куплено у предыдущего собственника» и «Построено», что позволило получить более детальную информацию о происхождении жилья.
- В блоке вопросов для бравших кредиты на покупку/постройку жилья для выполнения поставленной Заказчиком задачи получить полные сведения о том кредите, по которому у домохозяйства самый большой невыплаченный остаток, был добавлен уточняющий вопрос о типе этого кредита. Добавление этого вопроса способствует более глубокой аналитике по вопросам финансирования покупки жилья, что может быть полезно для дальнейших исследований в этой области.
- Для домохозяйств, которые проживают не в собственном жилье, был детализирован вопрос о планах покупки или строительства жилья в будущем, что позволило собрать более точную информацию.

#### Раздел «Доходы»

- Была изменена формулировка вопроса о "доходах от бизнеса" на "доходы от предпринимательской деятельности", чтобы помочь респондентам лучше понять, что именно от них требуется. Слово "предпринимательская деятельность" более точно отражает широкий спектр возможных форм дохода, включая как малый бизнес, так и индивидуальную деятельность.
- В перечень возможных источников дохода были добавлены вопросы о выплатах на детей, а также о выплатах в связи с участием члена семьи в СВО, что позволило более полно оценить финансовое положение домохозяйств, учесть источники дохода и оценить влияние государственной помощи на их финансовое положение.

#### Раздел «Расходы»

- В блок вопросов о расходах домохозяйства за последний месяц был добавлен вопрос о расходах на сигареты и другие виды никотиносодержащей продукции. Траты на сигареты и другие виды никотиносодержащей продукции могут занимать значительную долю бюджета некоторых домохозяйств. Этот вопрос позволяет понять, какую часть дохода семьи регулярно расходуют на такие товары, что может быть важным для анализа структуры расходов и общего финансового состояния домохозяйства.
- Формулировка вопроса о покупке мобильного телефона была дополнена словом «смартфон», что позволяет получить более точную и актуальную информацию.

- Был добавлен вопрос о покупке личных средств связи и гаджетов, кроме мобильных телефонов, что помогает понять, как разные группы населения распределяют свои финансовые ресурсы на средства связи и какой уровень цифровой доступности существует в домохозяйствах.
- Вопрос о расходах домохозяйства на оплату образования взрослых членов семьи был разделен на два: об оплате образования в учебных заведениях и оплате других видов занятий, что даёт возможность глубже анализировать образовательные стратегии домохозяйств.
- Были добавлены вопросы о телефонных мошенниках.

В общей сложности в Вопросник домохозяйств было добавлено 17 новых вопросов и в 5 вопросах скорректированы формулировки. Два вопроса были удалены.

Более значительно для текущей волны был переработан Индивидуальный вопросник.

**Индивидуальный вопросник** сохранил прежнюю структуру из восьми разделов: «Общая информация», «Основное занятие», «Финансовые активы», «Финансовые обязательства», «Транспортные средства», «Финансовая грамотность», «Финансовое самочувствие», «Финансовая доступность». Внутри разделов были удалены некоторые блоки вопросов и добавлены новые. Также были изменены некоторые формулировки.

Раздел «Общая информация»

- В текущей волне из раздела «Общая информация» в раздел «Основное занятие» были перенесены вопросы об оценке финансовых возможностей респондентов в контексте сбережений.

Раздел «Основное занятие»

- В вопросы о самом высоком уровне образования и основном занятии в настоящее время была добавлена позиция «колледж»
- Был изменен блок вопрос для респондентов, которые учатся в настоящее время. Варианты ответов для учащихся были изменены таким образом, чтобы отделить тех, кто получает «формальное» образование (средние или высшие учебные заведения), от тех, кто ходит на секции, курсы или берет частные уроки. Так же были добавлены вопросы о платности образования и источниках финансирования образования респондента.

- Был добавлен новый вопрос для оценки факторов, влияющих на решение респондентов задумываться о сбережениях и запасах.
- Для проверки консистентности ответов и оценки влияния внешней информации вопрос о динамике изменения цен на товары и услуги был представлен в вопроснике шестью вариантами с различными формулировками (эксперимент). Чтобы реализовать такой эксперимент после получения тиража в Москве (тираж составил 12 400 штук) все пачки с индивидуальными вопросниками по очереди распаковывались, после чего в каждом вопроснике был обведен только ОДИН вариант вопроса из тритмента. То есть, в первом по порядку вопроснике обводился вариант 1, во втором по порядку - вариант 2, в третьем по порядку - вариант 3 и т.д. После вопросника с обведенным вариантом 6 начинался новый отсчет нумерации. После того как заканчивались вопросники первой пачки (она снова запаковывалась для отправки в регионы), открывалась вторая пачка и делалась то же самое. При этом номер варианта, обведенный в первом вопроснике второй пачки, следовал за последним номером варианта предыдущей пачки. Таким образом, каждый интервьюер, получал вопросники с разными вариантами тритментов. Интервьюерская сеть Демоскопа далеко не первый раз работает с подобными экспериментами, когда заполнять нужно только один из обведенных вариантов из набора, имеющихся в вопроснике. Интервьюеры не информировались о том, что проводится какой-то эксперимент, а просто обучались тому, что задавать нужно только один - обведенный - вариант из шести в вопросе К72: (К72.1. – К72.6) о динамике изменения цен.
- Форма вопроса о возможном росте цен в течение следующих 12 месяцев была изменена с открытой на закрытую с предложенными вариантами, что сделало более вопрос простым для респондента, а данные более удобными для анализа.
- Был добавлен открытый вопрос "Назовите товары и услуги, рост цен на которые Вы ощущаете сильнее всего", который дает персонализированную и непредвзятую информацию о том, как респонденты воспринимают инфляцию на бытовом уровне.

#### Раздел «Финансовые активы»

- Раздел «Финансовые активы» в текущей волне сохранил свою структуру из 10 блоков, за исключением блока «Счета в электронных платежных системах», который был изменен на «Счета в электронных кошельках».
- В вопросы о причинах отсутствия у респондента ценных бумаг были добавлены варианты, позволяющие точнее сегментировать респондентов и выявить аудиторию, которую можно заинтересовать через повышение финансовой грамотности.

- В блоке вопросов о счетах и вкладах появился вопрос, который может помочь исследователям понять, как банки взаимодействуют с клиентами при продаже продуктов, отличных от вкладов, и насколько агрессивно они продвигают альтернативы.
- Был актуализирован перечень пластиковых карт, имеющихся у респондентов.
- Существенно был изменен блок вопросов «Используемые платежные инструменты». Были удалены вопросы об использовании наличных денежных средств и предпочтениях в использовании наличных и безналичных средств оплаты. Добавлены вопросы о безналичных способах оплаты с помощью СБП, куар-кода и мобильных приложений. Также было добавлено несколько вопросов о покупках через Интернет.

Раздел «Финансовая грамотность» был дополнен рядом новых вопросов, связанных с инвестиционным поведением россиян и их пониманием особенностей, преимуществ и рисков в этой сфере.

Всего в Индивидуальном вопроснике текущей волны появилось 26 новых вопроса. Из версии вопросника пятой волны было удалено 28 вопросов и в 17 вопросах были изменены формулировки или варианты ответов.

### **Схемы переходов в вопросниках**

- Для удобства интервьюеров вопросники имеют порядковую нумерацию внутри раздела. При создании вопросников текущей волны удалось сохранить прежнюю нумерацию вопросов. Однако в связи с изменением формулировок и появлением дополнительных вариантов ответа в некоторых разделах была изменена логика переходов между вопросами.
- Например, в Вопроснике домохозяйства вопрос для тех, кто проживает не в собственном жилье «Ваше домохозяйство планирует купить или построить жильё?» в текущей волне получил дополнительные альтернативы «3», «4» и «5», которые тоже предполагают переход к вопросу А47.
- Часть новых вопросов, появившихся в этой волне, тоже имеют переходы. В Индивидуальном вопроснике в разделе «Основное занятие» появились вопросы о платности образования — это вопросы К57.1 и К57.2. Эти вопросы задаются только тем, кто учится в настоящее время в среднем или высшем учебном заведении. Здесь есть несколько переходов: от вопроса К54, вопроса К55 и вопроса К56. И дополнительно сам вопрос К57.1 «Ваше образование является платным?» имеет инструкцию для интервьюеров о том, кому именно необходимо задать этот вопрос.

Приведенные примеры различных изменений в содержании и структуре разделов и блоков вопросника домохозяйства и индивидуального вопросника дают представление о процессе модернизации опросных документов для проведения для 6-й волны обследования.

### **Корректировка вспомогательного опросного инструментария (карточки, инструкции интервьюерам).**

#### **Карточки**

В соответствие с изменением вопросов изменилось как количество карточек, представляющие собой наборы возможных ответов на закрытые вопросы, предлагаемых респонденту, так и их содержание.

**В вопроснике домохозяйства** 2022 года было 15 карточек, а в 2024 году стало 16. Из них полностью идентичных с 2022 годом – 15. Добавилась только одна – 16-я карточка.

**В индивидуальном вопроснике** 2022 года было 62 карточки, а 2024 году стало 65. Из них полностью идентичных с 2022 годом – 50. Добавились 11 новых карточек, в трёх карточках добавились новые варианты ответов, ещё в одной – число ответов было сокращено.

Так в карточках **В\_24** и **В\_26** добавились альтернативы «8», а в **В\_25** – альтернатива «7».

**P1.6. Скажите, пожалуйста, почему Вы не приобретаете акции?**

**[ИНТЕРВЬЮЕР! ПЕРЕДАЙТЕ РЕСПОНДЕНТУ КАРТОЧКУ В\_24 И ОТМЕТЬТЕ НЕ БОЛЕЕ ТРЁХ ОТВЕТОВ ]**

|   |           |
|---|-----------|
| <i>СЛИШКОМ РИСКОВАННО ДЛЯ МЕНЯ</i> .....                                      | 01        |
| <i>БЫЛ НЕУДАЧНЫЙ ОПЫТ, ПОТЕРПЕЛ/А УБЫТКИ</i> .....                            | 02        |
| <i>НЕ ПОНИМАЮ, КАК РАБОТАЮТ АКЦИИ</i> .....                                   | 03        |
| <b><i>НАКОПИТЕЛЬНЫЙ СЧЕТ ИЛИ ВКЛАД ДЛЯ МЕНЯ ПОНЯТНЕЕ, ЧЕМ АКЦИИ</i></b> ..... | <b>08</b> |
| <i>НЕ ГОТОВ/А ВКЛАДЫВАТЬ ДЕНЬГИ НА ДЛИТЕЛЬНЫЙ СРОК</i> .....                  | 04        |
| <i>НЕТ СВОБОДНЫХ ДЕНЕГ ДЛЯ ПОКУПКИ АКЦИЙ</i> .....                            | 05        |
| <i>НЕ ДОВЕРЯЮ ТЕМ, КТО ПРЕДЛАГАЕТ АКЦИИ</i> .....                             | 06        |
| <i>НЕ ЗНАЮ, КАК КУПИТЬ АКЦИИ</i> .....  | 07        |
| <i>З/О</i> .....  | 97        |
| <i>ОТКАЗ</i> .....  | 98        |

**P2.7. Почему у Вас нет паев в ПИФах?**

**[ИНТЕРВЬЮЕР! ПЕРЕДАЙТЕ РЕСПОНДЕНТУ КАРТОЧКУ В\_26 И ОТМЕТЬТЕ НЕ БОЛЕЕ ТРЁХ ОТВЕТОВ ]**

|  |           |
|--|-----------|
| <i>СЛИШКОМ РИСКОВАННО ДЛЯ МЕНЯ</i> .....                         | 01        |
| <i>БЫЛ НЕУДАЧНЫЙ ОПЫТ, ПОТЕРПЕЛ(А) УБЫТКИ</i> .....              | 02        |
| <i>НЕ ПОНИМАЮ, КАК РАБОТАЮТ ПИФЫ</i> .....                       | 03        |
| <i>ВЫСОКАЯ КОМИССИЯ ЗА УПРАВЛЕНИЕ</i> .....                      | 04        |
| <i>ПРЕДПОЧИТАЮ УПРАВЛЯТЬ ПОРТФЕЛЕМ САМ(А)</i> .....              | 05        |
| <b><i>НЕТ СВОБОДНЫХ ДЕНЕГ ДЛЯ ПОКУПКИ ПАЕВ В ПИФАХ</i></b> ..... | <b>08</b> |
| <i>НЕ ДОВЕРЯЮ ТЕМ, КТО ПРЕДЛАГАЕТ ПАИ В ПИФАХ</i> .....          | 06        |

|                                      |    |
|--------------------------------------|----|
| НЕ ЗНАЮ, КАК КУПИТЬ ПАИ В ПИФАХ..... | 07 |
| З/О .....                            | 97 |
| ОТКАЗ .....                          | 98 |

#### **Р1.10. Почему Вы не приобретаете облигации?**

**[ИНТЕРВЬЮЕР! ПЕРЕДАЙТЕ РЕСПОНДЕНТУ КАРТОЧКУ В\_25 И ОТМЕТЬТЕ НЕ БОЛЕЕ ТРЁХ ОТВЕТОВ ]**

|   |           |
|---|-----------|
| НИЗКАЯ ДОХОДНОСТЬ.....  | 01        |
| БЫЛ НЕУДАЧНЫЙ ОПЫТ, ПОТЕРПЕЛ/А УБЫТКИ .....                         | 02        |
| НЕ ПОНИМАЮ, КАК РАБОТАЮТ ОБЛИГАЦИИ .....                            | 03        |
| НАКОПИТЕЛЬНЫЙ СЧЕТ ИЛИ ВКЛАД ДЛЯ МЕНЯ ПОНЯТНЕЕ, ЧЕМ ОБЛИГАЦИИ ..... | 04        |
| <b>НЕТ СВОБОДНЫХ ДЕНЕГ ДЛЯ ПОКУПКИ ОБЛИГАЦИЙ.....</b>               | <b>07</b> |
| НЕ ДОВЕРЯЮ ТЕМ, КТО ПРЕДЛАГАЕТ ОБЛИГАЦИИ .....                      | 05        |
| НЕ ЗНАЮ, КАК КУПИТЬ ОБЛИГАЦИИ .....                                 | 06        |
| З/О .....   | 97        |
| ОТКАЗ .....   | 98        |

В карточке В\_30 удалены альтернативы «3» и «6» – «СБЕРКАРТ» и «СТБ КАРД».

#### **Р6.11. Не могли бы вы уточнить, что точно написано на соответствующих картах.**

**[ИНТЕРВЬЮЕР! ПЕРЕДАЙТЕ КАРТОЧКУ В\_30 ]**

|                             |    |
|-----------------------------|----|
| ВИЗА .....                  | 01 |
| МАСТЕРКАРД (МАЭСТРО) .....  | 02 |
| МИР .....                   | 09 |
| ЗОЛОТАЯ КОРОНА .....        | 04 |
| АМЕРИКАН ЭКСПРЕСС.....      | 05 |
| ЮНИОН ПЭЙ.....              | 07 |
| ДРУГАЯ, КАКАЯ ИМЕННО? ..... | 08 |

**[ИНТЕРВЬЮЕР! ЗАПИШИТЕ: ]**

|            |    |
|------------|----|
| З/О.....   | 97 |
| ОТКАЗ..... | 98 |

Как и в 2022 году, в 2024 году карточки были сгруппированы в два буклета – отдельно для вопросника домохозяйства и индивидуального вопросника.

#### **Инструкции интервьюерам.**

Несмотря на то, что в 2024 году появились новые вопросы, техника работы с большинством из них была уже знакома интервьюерам. Дополнительные пояснения были сделаны только для вопросов К72.1. – К72.6 на страницах 20-22. Интервьюерам объяснялось, что в каждой анкете номер какого-то одного из этих вопросов будет обведён кружком. Задавать нужно только тот, что с кружком – один из шести.

Так, если кружком обведена цифра «3», задавать нужно вопрос:

«К72. Давайте подробнее поговорим об изменении цен на товары и услуги. В России денежно-кредитную политику проводит центральный банк. Его цель – поддерживать рост общего уровня цен на товары и услуги вблизи 4% в год. А как, по Вашему мнению, в целом менялись цены на продукты питания, непродовольственные товары и услуги за прошедшие 12 месяцев?»

**1.**

**К72. Давайте подробнее поговорим об изменении цен на товары и услуги. Как, по Вашему мнению, в целом менялись цены на продукты питания, непродовольственные товары и услуги за прошедшие 12 месяцев?**

Росли быстрее, чем раньше .....1

Росли так же, как и раньше .....2

Росли медленнее, чем раньше .....3

Остались на прежнем уровне, то есть не изменились....4

Снижались .....5

З/О ..... 7

ОТКАЗ ..... 8

**2.**

**К72. Давайте подробнее поговорим об изменении цен на товары и услуги. По официальным данным Росстата, годовой рост общего уровня цен на товары и услуги по итогам 2023 года составил приблизительно 7,4%. А как, по Вашему мнению, в целом менялись цены на продукты питания, непродовольственные товары и услуги за прошедшие 12 месяцев?**

Росли быстрее, чем раньше .....1

Росли так же, как и раньше .....2

Росли медленнее, чем раньше .....3

Остались на прежнем уровне, то есть не изменились .....4

Снижались .....5

З/О ..... 7

ОТКАЗ ..... 8

**3.**

**К72. Давайте подробнее поговорим об изменении цен на товары и услуги. В России денежно-кредитную политику проводит центральный банк. Его цель – поддерживать рост общего уровня цен на товары и услуги вблизи 4% в год. А как, по Вашему мнению, в целом менялись цены на продукты питания, непродовольственные товары и услуги за прошедшие 12 месяцев?**

Росли быстрее, чем раньше .....1

Росли так же, как и раньше .....2

Росли медленнее, чем раньше .....3

Остались на прежнем уровне, то есть не изменились .....4

Снижались .....5

З/О ..... 7

ОТКАЗ ..... 8

4.

**K72.** Давайте подробнее поговорим об изменении цен на товары и услуги. В России денежно-кредитную политику проводит центральный банк. Его цель – поддерживать устойчивый рост общего уровня цен на товары и услуги вблизи 4% в год. С 2017 по 2021 годы ему это удавалось сделать. А как, по Вашему мнению, в целом менялись цены на продукты питания, непродовольственные товары и услуги за прошедшие 12 месяцев?

- Росли быстрее, чем раньше .....1
- Росли так же, как и раньше .....2
- Росли медленнее, чем раньше .....3
- Остались на прежнем уровне, то есть не изменились .....4
- Снижались .....5
- З/О ..... 7
- ОТКАЗ ..... 8

5.

**K72.** Давайте подробнее поговорим об изменении цен на товары и услуги. По данным опроса, проводимого Фондом Общественное Мнение, россияне ожидают, что в конце 2024 года рост уровня цен на товары и услуги составит примерно 14,2%. А как, по Вашему мнению, в целом менялись цены на продукты питания, непродовольственные товары и услуги за прошедшие 12 месяцев?

- Росли быстрее, чем раньше .....1
- Росли так же, как и раньше .....2
- Росли медленнее, чем раньше .....3
- Остались на прежнем уровне, то есть не изменились .....4
- Снижались .....5
- З/О ..... 7
- ОТКАЗ ..... 8

6.

**K72.** Давайте подробнее поговорим об изменении цен на товары и услуги. Согласно данным Центрального банка РФ, объем денег в экономике России в 2023 году вырос примерно на 20%. А как, по Вашему мнению, в целом менялись цены на продукты питания, непродовольственные товары и услуги за прошедшие 12 месяцев?

- Росли быстрее, чем раньше .....1
- Росли так же, как и раньше .....2
- Росли медленнее, чем раньше .....3
- Остались на прежнем уровне, то есть не изменились .....4
- Снижались .....5
- З/О ..... 7

## 10. Организация проведения полевых работ и методика проведения опросов

В регионы проведения опроса были разосланы тиражи напечатанных опросных документов: Вопросники домохозяйства и Индивидуальный вопросники, а также все вспомогательные документы – буклеты с карточками для каждого вопросника, инструкции, списки отобранных адресов с точным указанием наименований улиц, номеров домов и квартир, где предстояло опрашивать членов домохозяйств. К каждому адресу, по которому раньше было опрошено домохозяйство, прилагался "Бланк состава домохозяйства", в котором были перечислены поименно все члены ранее обследованной семьи.

Благодаря большому опыту Консультанта в проведении масштабных опросов населения по всероссийской выборке, высокой квалификации сотрудников и тщательной предполевой подготовке в целом работа интервьюеров прошла в спокойном рабочем режиме и по этапам:

- получение оповещения о полевых работах;
- инструктаж с проведением учебного интервью – Инструкция-лекция;
- работа в поле в соответствии с Инструкцией;
- проверка и сдача сделанных анкет, заполнение отчётных документов.

Основные трудности, с которыми интервьюеры столкнулись на этапе проведения полевых работ, можно разделить на две категории:

- трудности при достижении нужного домохозяйства;
- трудности при заполнении вопросников в домохозяйстве.

Каждый интервьюер, в соответствии с Инструкцией, чтобы найти нужные домохозяйства должен был посетить строго адреса, указанные в Списке отобранных адресов. Труднее всего выполнить это условие было в больших городах.

При реализации адресной выборки интервьюерам приходилось обходить достаточно большое количество присланных адресов, чтобы застать там кого-то из членов домохозяйств, для установления первичного контакта. Интервьюерам предлагалось параллельно проводить работу разведывательного характера, уже находясь в домах, где проживали домохозяйства, попавшие в выборку. Если по адресу никого не удавалось застать, то тут же у соседей выяснять – проживает ли кто-то в настоящее время по указанному адресу. Если нет – то больше не возвращаться на адрес, чтобы сэкономить время на поиск нужного домохозяйства. Если да – просить соседей передать кому-то из членов домохозяйства письменное приглашение принять участие в опросе.

По условиям опроса интервью должно было проводиться со всеми членами домохозяйства, проживающими по данному адресу, которым исполнилось 18 лет. Это

вызывало ещё ряд трудностей, связанных с отсутствием отдельных членов домохозяйства в момент посещения дома, их отказов от опроса и т.д. Сложность для интервьюера состояла в том, что застать отдельных потенциальных респондентов было возможно только поздним вечером или в выходные, если они работают или учатся допоздна. Интервьюеру же удобнее посещать адрес днем или ранним вечером, когда безопасно ходить по участку и велик шанс застать дома неработающих. Противоречие преодолевалось следующим образом: поскольку еженедельно в Москву стекалась информация о проведенных интервью и была возможность контроля дат и времени их проведения, числа заполненных анкет в домохозяйствах, то кураторы регионов в Москве вступали в контакт с супервайзерами тех интервьюеров, которые избегали проводить опросы в вечернее время (что могло привести к смещению выборки). Супервайзеров просили стимулировать посещение интервьюерами адресов вечерами, используя методы поощрений или введения штрафных санкций. Интервьюерам – в целях обеспечения их безопасности – было рекомендовано, по возможности, ходить на опросы парами, оставлять домашним информацию о маршруте предстоящего обследования с указанием адресов и телефонов, просить родственников или знакомых сопровождать на опрос в темное время суток. Как показывают результаты, серьезных инцидентов, представляющих угрозу жизни и здоровью интервьюеров, зафиксировано в период опросов не было.

Следует отметить, что особенно трудно было работать интервьюерам в больших городах. Там, как обычно, оказались более высокие показатели недостижимости респондентов по причинам отказов от интервью из-за занятости на работе или в быту, из-за нехватки свободного времени, из-за нежелания обсуждать тему финансов с незнакомыми людьми, из-за боязни впускать кого бы то ни было в квартиру и т.п. В таких случаях в регионы отсылались дополнительные адреса, предлагалось избрать местом проведения интервью с отдельными членами домохозяйств офис региональной группы.

Как показывает практика проведения «face-to-face» интервью, чаще других на контакт с интервьюером идут женщины пенсионного возраста. Это происходит как потому, что они располагают достаточным свободным временем для общения, так и потому, что мнением этой группы населения мало интересуются общественные организации, а уровень их образования и способность осмысления действительности довольно высоки. Они потенциально готовы принять участие в обследовании, но из-за криминогенности обстановки, о которой постоянно рассказывают средства массовой информации, боятся неожиданных визитов в свои дома и квартиры. Трудности в установлении контактов между таким контингентом населения и интервьюерами преодолевались разными способами. Так, в некоторых крупных городах был использован предшествующий опыт Консультанта при

посещении адресов – приглашать отказывающихся от участия в опросе респондентов в офис региональной группы интервьюеров. Доказано, что существовавшие ранее сомнения по поводу искренности ответов респондентов, когда опрос проводится в более официальной обстановке, несостоятельны. Существуют категории потенциальных респондентов, которым проще отлучиться на некоторое время из дома для того, чтобы поучаствовать в опросах, чем принимать интервьюера у себя. По отзывам таких респондентов, так удобнее, потому что не надо убирать квартиру в ожидании интервьюера или испытывать чувство вины, если из-за нехватки времени жилище осталось необустроенным, а также это более безопасно. Конечно, внесение изменений в организацию опросов потребовало дополнительного финансирования региональной группы, чтобы можно было арендовать дополнительное помещение для проведения интервью.

Понимая, что нерешенность криминогенных проблем в тех или иных регионах может привести к повышению уровня отказов, еще на стадии подготовки проекта в местные органы власти регионов проведения опроса было разослано письмо Центрального банка РФ, в котором сообщалось о теме и сроках проведения опроса. Что, несомненно, сыграло положительную роль в организации обследования.

Благодаря тщательности проведения инструктажей для интервьюеров в значительной степени были исключены проблемы с правильностью заполнения вопросников.

В теоретической части занятий был раздел, связанный с объяснением интервьюерам психологических особенностей разных групп потенциальных респондентов, разрешёнными возможностями разъяснения вопросов (основное требование – «вопрос повторить, но не рассказать своими словами»), развитием коммуникативных навыков. Именно поэтому, не смотря на сложность затронутой в опросе тематики и длительность процедуры опроса, подавляющее большинство респондентов достаточно хорошо восприняли приход интервьюера в семью и ответили на все вопросы анкеты.

Опрос проводился методом личной беседы интервьюера с респондентом. Поскольку интервью проводилось по месту жительства, ему мог сопутствовать ряд неблагоприятных условий, отрицательно влияющих на качество ответов респондентов. Задачей интервьюера было устранить или свести к минимуму влияние отрицательных факторов.

Например, принимать во внимание сопутствующие опросу занятия. Достаточно часто интервьюеру приходилось получать согласие на опрос и проводить его без предварительной договоренности о наиболее удобном времени беседы. Такие "внезапные" опросы, если они прерывали какие-либо занятия респондента, могли сопровождаться перерывами (различные хозяйственные хлопоты, занятия с детьми, просмотр телепередач

и др.). Если респондент отвлекался от беседы систематически, интервьюер предлагал ему назначить для опроса другое время, когда условия будут более подходящими.

Также необходимо было учитывать психологический фон опроса. В остроконфликтных ситуациях (семейная ссора, состояние опьянения респондента или члена семьи и т.д.) опрос проводить не рекомендовалось. Если перенести опрос по каким-либо причинам не удавалось, и анкета заполнялась в неблагоприятных эмоционально-психологических условиях, интервьюер должен был отметить это обстоятельство в разделе вопросника "Замечания интервьюера".

По каждому адресу, попавшему в выборочную совокупность, заполнялся один вопросник на домохозяйство в целом и индивидуальные вопросники на каждого члена домохозяйства в возрасте 18 лет и старше.

Заполнение вопросника Домохозяйства проводилось с членом семьи, владеющим наиболее полной информацией о её доходах, расходах и других аспектах жизнедеятельности, связанных с финансами. При этом присутствие других членов семьи в процессе этой беседы не запрещалось, а в ряде случаев даже приветствовалось, если кто-то в какой-то сфере оказывался более компетентным, чем основной респондент.

Заполнение индивидуальных вопросников, напротив, должно было проходить исключительно при общении интервьюера с респондентом, без какого бы то ни было вмешательства третьих лиц. В идеале – в отдельном помещении. В случае присутствия в комнате третьего человека, который пытался отвечать вместо респондента на вопросы анкеты, интервьюер должен был объяснить тому, что в данном вопроснике необходимо зафиксировать только мнение респондента. А с другим человеком интервьюер обязательно побеседует и заполнит вопросник чуть позже. И там этот человек сможет выразить своё мнение по всем предложенным вопросам. При этом, мы, конечно, понимали, что соблюдение этого требования, задача чрезвычайно сложная. Потому, наибольшее внимание интервьюерам предлагалось обращать не на присутствие посторонних при опросе, а на их невмешательство в разговор с респондентом.

Особо нужно отметить те трудности, с которыми столкнулись организаторы обследования и интервьюеры в двух выборочных точках: Орск и Курган, где в период проведения опроса (апрель 2024 г.) произошло одно из крупнейших за историю наблюдений наводнение. Настроение жителей и доступность к адресам выборки были соответствующие. Интервьюерам было очень трудно, но их опыт и подготовленность все победили. Пришлось незапланированно увеличить оплату работы и интервьюеров, и респондентов.

## 11. Контроль проведения интервьюерми полевых работ

Важным этапом в проведении опроса является контроль работы интервьюеров. Да, подготовке работающих в поле интервьюеров уделяется большое внимание (занятия в малых группах, индивидуальный подход в обучении и пр.). Да, исследователи доверяют людям, с большинством из которых работают уже много лет. Но, при всём этом, обязательно проводится проверка работы интервьюеров, т.к. иногда встречающиеся случаи недобросовестности или недостаточного профессионализма, могут свести на нет, затраченные на подготовку усилия. Контроль проводится для того, чтобы оценить, как интервьюеры соблюдают все требования поиска нужного домохозяйства, опроса его членов и ведения интервью.

Процедура выборочного контроля охватывала, как обычно, 25% выборочной совокупности. Телефонный контроль составлял 15%, контроль путем личного посещения – 10%. Путём личного посещения проверялись в основном адреса тех интервьюеров, у которых было записано недостаточное число телефонных номеров по результативным адресам.

Контролёров, осуществляющих личные посещения, находили в местах проведения опросов. Контролёров, осуществлявших телефонные звонки, находили как в Москве, так и в других населенных пунктах. И те, и другие проходили специальное обучение.

Прежде всего, контролёру объясняли, что наряду с установлением правильности проведения интервью его главная задача состоит в сохранении возможности дальнейшего контакта с респондентом. А это означает максимальную доброжелательность в общении. Контролёр должен был своим поведением в процессе общения убедить респондента в том, что его визит – свидетельство максимально серьёзного отношения исследователей к получаемым результатам, что контроль проводится не с целью уличить интервьюера в каком-либо нарушении, а для того, чтобы быть уверенными в достоверности получаемой информации. При личном посещении контролёру выдавалось специальное удостоверение.

При обнаружении контролерами случаев нарушения большая их часть устранялась еще в ходе полевых работ или в кратчайшие сроки после окончания полевого этапа.

### ***В процессе контроля проверялись следующие моменты:***

1. Приходил ли интервьюер по данному адресу.
2. Был ли проведён опрос в домохозяйстве.
3. Брали ли интервью у каждого члена домохозяйства старше 18 лет?
4. Каждый ли член домохозяйства старше 18 лет сам отвечал на вопросы в присутствии интервьюера или заполнял вопросник сам без интервьюера или за кого-либо отвечал другой член домохозяйства?
5. Какова была продолжительность опроса.

6. Были ли заплачены за опрос деньги и их сумма.

7. При телефонном контроле проверялось ещё и соответствие адреса домохозяйства адресу из списка посланных в регион адресов.

Для того чтобы провести контроль при личном общении, многие адреса контролерам приходилось посещать по несколько раз. При наличии хотя бы одного негативного результата по одной из проверяемых позиций, контролировалось до половины домохозяйств, опрошенных данным интервьюером. На случай очень серьёзных нарушений предполагался полный контроль работы интервьюера, но таких ситуаций отмечено не было.

В целом отношение к контролю со стороны домохозяйств было доброжелательным. Члены домохозяйств с пониманием и уважением воспринимали приход и звонки контролеров, осознавая, что исследователи серьёзно относятся к своей работе и к качеству получаемой информации.

Результаты проведения контроля оказались следующими:

Случаев, когда на домохозяйство были заполнены вопросники, но члены его утверждали, что к ним никто не приходил и в их семье опрос не проводился, было зафиксировано всего два.

В одном случае и муж и жена, с которыми контролёр разговаривал в разное время и по отдельности утверждали, что их никто не опрашивал. Но их ответы на контрольные вопросы оказались очень близки к тому, что было записано в анкете. Интервьюер сказала, что эта семья ей и во время опроса показалась странной. Интервьюера в этом случае упрекать не стали, но анкеты из массива изъяли.

В другом случае одинокая грустная женщина, сказала, что к ней никто не приходил с опросом, и кроме неё в квартире живут только два кота. Контролёр спросила, согласится ли она встретиться с интервьюером для опроса в любое удобное для неё время, но женщина от этого категорически отказалась, как и от дальнейшего разговора с контролёром. Анкеты, заполненные вроде бы с семьёй по этому адресу, были аннулированы и удалены из массива.

Во всех случаях, если по адресу приходили, то проводили опрос.

Практически во всех случаях интервьюеры пытались взять интервью у респондентов 18 лет и старше, но иногда отдельные члены семьи этого возраста оказывались недостижимыми – в длительном отъезде, очень загружены по работе и редко бывают дома или просто не соглашались отвечать на вопросы. В каждом таком случае интервьюер указывал причину непроведения опроса. В нескольких случаях контролёру удалось договориться с опрошенными респондентами о том, чтобы они постарались убедить своих трудноуловимых родственников в важности опроса. С этими членами семей позже созвонились интервьюеры, и они встретились для проведения опроса.

Случаев оставления анкет на самозаполнение в данной волне обнаружено не было. Со всеми орошенными беседовали интервьюеры.

Случаев заполнения с кем-то из респондентов анкет на других членов домохозяйства также не было.

Продолжительность опроса, как и ранее, фиксировалась отдельными респондентами с большим трудом и многими очень по-разному, неоднозначность чувства времени оказалась устойчивой характеристикой. Снова имели место случаи, когда получасовые, по словам респондентов, беседы определялись интервьюерами как более длительные – от 45 минут до часа.

Снова некоторые респонденты не могли сориентироваться во времени, но утверждали, что им точно задали все вопросы: «Пока дама все вопросы не задала, так и сидели». Многие называли промежуток времени, гораздо более длительный, чем было указано в вопроснике. Например, говорили, что беседа с интервьюером заняла час точно, а то и больше, даже в тех случаях, когда на обложке анкеты стояли 40-50 минут. В двух случаях респонденты назвали очень малое время беседы – минут 10-15, поскольку им было некогда. Одну такую анкету интервьюер переделала, проведя с данным респондентом полноценный опрос, другую анкету пришлось удалить из массива.

Все респонденты подтвердили получение оплаты. Некоторые сами называли полученные суммы, некоторые говорили, что заплатили, но сколько, они вспомнить не могут. Было несколько случаев, когда респонденты просили контролёра сказать, сколько им должны были заплатить. И услышав причитавшуюся им сумму, успокоено говорили: «Да, столько и заплатили».

По целому ряду телефонов дозвониться не удалось. У кого-то они были отключены за неуплату, кто-то просто не отвечал на звонки с незнакомых номеров. Такие адреса передавались контролёрам на местах для личного посещения.

Несколько неверно записанных номеров телефонов были уточнены интервьюерами, что дало возможность побеседовать с респондентами, дозвонившись им из Москвы.

В двух случаях звонки позволили определить, что опрос был проведён по адресам не из присланных списков. Эти результаты контроля были отправлены в регион, после чего интервьюеры исправили свои ошибки, посетив правильный адрес из выборки, и опросив проживающее там домохозяйство. Вопросники, заполненные не по адресу из выборки, удалены из массива.

В целом контроль показал высокое качество проведения опроса, реальные нарушения в процедурах опроса и заполнении вопросника были обнаружены приблизительно в 0,2% случаев контрольной совокупности. Все нарушения были устранены.

После контроля работы интервьюеров в ходе проведения опросов, на этапах приёма вопросников из регионов и ввода данных также поводился логический контроль данных.

## **12. Комплекс работ, связанных с вводом данных (прием, нумерация, кодировка, ввод вопросников)**

### ***Прием вопросников***

По «Инструкции по приему вопросников» проверялись:

правильность выбора респондентов в домохозяйстве – должны быть опрошены все его члены в возрасте от 18 лет и старше;

правильность и полнота заполнения обложек вопросников и списков адресов, по которым проводился опрос;

качество заполнения карточки состава домохозяйства в вопроснике домохозяйства.

После окончания приема вопросников каждого региона делался подсчет количества опрошенных вопросников домохозяйства и индивидуальных вопросников.

### ***Нумерация и кодировка вопросников***

В соответствии с «Инструкцией нумератору – кодировщику»:

проводилась сортировка вопросников домохозяйства внутри каждого населенного пункта так, чтобы номера семей были в возрастающем порядке;

нумеровались все вопросники домохозяйства для каждого региона;

заполнялся номер на обложке вопросника домохозяйства, опираясь на коды населенного пункта и номер семьи;

по карточке домохозяйства проверялась правильность нумерации членов домохозяйства в индивидуальных вопросниках, а также пол и год рождения. После данной проверки нумеровался каждый индивидуальный вопросник;

проводилась кодировка открытых и полуоткрытых вопросов индивидуального вопросника. Для каждого из этих вопросов был создан свой кодификатор.

После этого вопросники передавались на ввод.

### ***Ввод вопросников***

В соответствии с «Инструкциями по вводу данных» был осуществлен перенос всей имеющейся информации с бумажного вопросника в электронный вид.

Для каждого из двух вопросников была создана своя программа ввода и написана специальная «Инструкция по вводу данных» (основные правила ввода, сложные моменты, специальные договоренности при вводе).

Все операторы прошли курс обучения, по окончании которого проходили два теста по каждому из вопросников, по результатам которого давалась комплексная оценка качества и скорости работы потенциального сотрудника.

Был реализован «двойной ввод» данных, содержащихся в бумажных вопросниках.

На этапе первого ввода оператор переносил из вопросников в компьютер все отмеченные интервьюером ответы респондентов: цифровую и текстовую информацию, а также пометки интервьюеров в специальные текстовые переменные.

На этапе второго ввода проводилась проверка первично введенных данных из вопросников. Если возникали расхождения между данными, введенными в первый и во второй раз, на экране появлялось сообщение с указанием двух значений переменной, между которыми оператор второго ввода выбирал то, которое соответствовало информации бумажного вопросника. Второй ввод позволил снизить количество случайных и систематических ошибок.

### ***«Чистка» данных***

Выявление и устранение логических ошибок в файле проводилось на этапе «чистки» данных, которая осуществлялась после того, как вопросники были введены второй раз.

Прежде всего, были созданы формы, которые повторяли логику вопросников, т.е. отражали все логические взаимосвязи вопросов. Внимание в них в первую очередь обращалось на правильность переходов в вопросниках. Затем программа проверяла взаимосвязи вопросов о датах, доходах и расходах и др. В ней также задавались условия о рангах переменных, обращалось внимание на слишком большие или слишком маленькие значения переменных.

При вводе данных ответы, рядом с которыми были какие-либо записи интервьюеров, не вводились, поэтому в ходе чистки такие записи на полях внимательно анализировались. Сотрудники компании ООО «Демоскоп», а именно специалисты по «чистке» данных, должны были принять решение о том, каким образом можно интерпретировать запись, чтобы зафиксировать ее в виде кода того или иного ответа. В сложных случаях процесс интерпретации перерастал в обсуждение вариантов фиксации и иногда заканчивался добавлением кодов для переменной.

При работе с файлом на этапе «чистки» каждый вопросник проверялся отдельно. На экране высвечивались все логически нарушенные взаимосвязи и ранги. Задача специалиста по «чистке» данных, состояла, прежде всего, в том, чтобы сравнить значение в файле со значением в вопроснике, а затем принять решение о том, как поступить с этой переменной. Переменная могла быть изменена в том случае, если была возможность сопоставить ее с другими значениями и соотнести с записями на полях.

Специальная форма в файле формата .doc использовалась для того, чтобы записывать все изменения, производимые в файле с данными. В форму заносились номера вопросников, правил или рангов (rule/range), указывалось, какое значение было в файле и на что оно изменено, объяснялось, почему оно изменено.

### **13. Анализ по отчётам интервьюеров**

В разделе «Замечания интервьюера» Индивидуального вопросника интервьюеры отметили присутствие посторонних лиц при его заполнении примерно в трети случаев опроса (32,3%).

При этом влияние третьих лиц в целом было незначительным. Совсем не помогали присутствующие в 72,4% случаев, помогали совсем немного – 13,9, помогали в некоторой степени – 10,4, помогали в значительной степени – менее трёх процентов.

Всего 0,2% респондентов выявляли неприязненное отношение к факту опроса. Нетерпеливо и беспокояно к интервью отнеслись лишь – 2,3%. Зато дружеское и заинтересованное отношение проявили к вопроснику 76,9%. Остальные отнеслись к визиту интервьюера нейтрально.

В ходе проведения интервью заметно нервничали лишь 1,3% респондентов и около десяти процентов проявляли беспокойство лишь в некоторых местах опроса. Основная же часть респондентов – 88,3% – во время интервью чувствовали себя свободно. Это, безусловно, свидетельствует о большой надёжности и качестве собранной информации при настоящем опросе.

Понимание вопросов респондентами интервьюеры оценили достаточно высоко. Было отмечено, что хорошо понимали вопросы 83,8% респондентов, очень хорошо – 11,3%. Трудности с пониманием терминов и оборотов возникали в подавляющем большинстве у респондентов старшего возраста (старше 70 лет).

В среднем трудно было заметить различия в отношении к опросу и восприятию финансовых терминов у жителей города и села, тогда как возрастной фактор в этом восприятии и отношении играл заметно более значимую роль. Именно возрастная категория «старше 70 лет» в данном контексте была трудна в работе для интервьюеров.

Если, по мнению интервьюеров, в возрасте до 30 лет испытывали сложности, связанные с пониманием вопросов анкеты примерно 2% респондентов, в возрасте от 30 до 70 лет – чуть больше 3%, то у респондентов же старше 70 лет показатель непонимания составил 12%.

Как и в предыдущей волне, вопросник домохозяйства вызвал в целом гораздо меньше трудностей, чем индивидуальный вопросник.

Наибольшие трудности у респондентов, по мнениям интервьюеров, как и в прошлой волне, вызвали вопросы раздела «Финансовая грамотность». В число трудных попали все 28 вопросов раздела и десять из них оказались десятью самыми трудными. Столкнувшись с ними даже не в первый раз, респонденты смущались, испытывая неуверенность в себе, иногда переходящую в раздражение. Интервьюерам приходилось использовать весь арсенал своих профессиональных средств, чтобы обеспечить продолжение интервью в таких случаях.

Самыми сложными оказались три вопроса о кредитах – Т34 (pf\_t39<sup>5</sup>); Т31 (pf\_t36) и Т35 (pf\_t40). В первом случае затруднились с ответом на вопрос 49% респондентов, во втором – почти 40% и в третьем – почти 30%

Т34. Что такое эффективная ставка по кредиту? Выберите один ответ, который Вы считаете правильным. Эффективная ставка по кредиту – это...

**[ИНТЕРВЬЮЕР! ПЕРЕДАЙТЕ КАРТОЧКУ В\_60. МОЖНО ОТМЕТИТЬ ТОЛЬКО ОДИН ОТВЕТ ]**

|   |   |
|---|---|
| <i>СТАВКА С УЧЕТОМ ДОСРОЧНОГО ПОГАШЕНИЯ КРЕДИТА</i> .....   | 1 |
| <i>СТАВКА С ПОПРАВКОЙ НА КЛЮЧЕВУЮ СТАВКУ ЦЕНТРАЛЬНОГО БАНКА</i> .....   | 2 |
| <i>СТАВКА С УЧЕТОМ ВСЕХ ПРОЦЕНТОВ ПО ЗАЙМУ, КОМИССИЙ, СТРАХОВОК, А ТАКЖЕ ДОПОЛНИТЕЛЬНЫХ ПЛАТЕЖЕЙ И СБОРОВ</i> ..... | 3 |
| <i>СТАВКА С УЧЕТОМ СКРЫТЫХ КОМИССИЙ ПО КРЕДИТУ</i> .....  | 4 |
| <i>СТАВКА, ОТРАЖАЮЩАЯ ВОЗМОЖНОСТЬ ПОЛУЧЕНИЯ НАЛОГОВЫХ ВЫЧЕТОВ</i> .....   | 5 |
| <i>З/О</i> .....  | 7 |
| <i>ОТКАЗ</i> .....  | 8 |

**Таблица: Распределение ответов на вопрос Т39 «Что такое эффективная ставка по кредиту?»**

|  | Доля, %      |
|--|--------------|
| Ставка с учетом досрочного погашения кредита   | 15,0         |
| Ставка с поправкой на ключевую ставку центрального банка   | 13,5         |
| Ставка с учетом всех процентов по займу, комиссий, страховок, а также дополнительных платежей и сборов | 13,8         |
| Ставка с учетом скрытых комиссий по кредиту  | 2,9          |
| Ставка, отражающая возможность получения налоговых вычетов   | 4,3          |
| Затрудняюсь ответить   | 49,0         |
| Отказ от ответа  | 1,2          |
| Нет ответа   | 0,2          |
| <b>Итого</b>   | <b>100,0</b> |

<sup>5</sup> В скобках указаны соответствующие вопросам имена переменных из файла данных.

Т31. Как, по Вашему мнению, влияет добавление страхования на процентную ставку по ипотечному кредиту? Выберите один ответ, который Вы считаете правильным.

**[ИНТЕРВЬЮЕР! ПЕРЕДАЙТЕ КАРТОЧКУ В 58. МОЖНО ОТМЕТИТЬ ТОЛЬКО ОДИН ОТВЕТ ]**

- ПРОЦЕНТНАЯ СТАВКА БУДЕТ МЕНЬШЕ, ЕСЛИ ОДНОВРЕМЕННО  
ОФОРМЛЯЕТСЯ СТРАХОВАНИЕ ЖИЗНИ..... 1*
- ПРОЦЕНТНАЯ СТАВКА БУДЕТ БОЛЬШЕ, ЕСЛИ ОДНОВРЕМЕННО  
ОФОРМЛЯЕТСЯ СТРАХОВАНИЕ ЖИЗНИ..... 2*
- ПРОЦЕНТНАЯ СТАВКА БУДЕТ МЕНЬШЕ, ЕСЛИ ОДНОВРЕМЕННО  
ОФОРМЛЯЕТСЯ СТРАХОВАНИЕ ГРАЖДАНСКОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ ..... 3*
- ПРОЦЕНТНАЯ СТАВКА ПО КРЕДИТУ НЕ ЗАВИСИТ ОТ НАЛИЧИЯ ЛЮБОЙ  
СТРАХОВКИ..... 4*
- З/О ..... 7*
- ОТКАЗ..... 8*

**Таблица: Распределение ответов на вопрос Т31 «Как, по Вашему мнению, влияет добавление страхования на процентную ставку по ипотечному кредиту?»**

|   | Доля, % |
|---|---------|
| Процентная ставка будет меньше, если одновременно оформляется страхование жизни                       | 24,8    |
| Процентная ставка будет больше, если одновременно оформляется страхование жизни                       | 11,3    |
| Процентная ставка будет меньше, если одновременно оформляется страхование гражданской ответственности | 4,4     |
| Процентная ставка по кредиту не зависит от наличия любой страховки                                    | 18,9    |
| Затрудняюсь ответить  | 39,1    |
| Отказ от ответа   | 1,3     |
| Нет ответа  | 0,1     |
| Итого   | 100,0   |

Т35. Представьте, что Вы оформили ипотечный кредит. Но через неделю обнаружили, что в его стоимость был включен полис страхования жизни и здоровья заемщика. Вам не нужен этот полис. Что Вы имеете право сделать в этой ситуации? Можно выбрать только один ответ.

**[ИНТЕРВЬЮЕР! ПЕРЕДАЙТЕ КАРТОЧКУ В 61. МОЖНО ОТМЕТИТЬ ТОЛЬКО ОДИН ОТВЕТ ]**

- НИЧЕГО СДЕЛАТЬ УЖЕ НЕЛЬЗЯ ..... 1*
- МОЖНО РАСТОРГНУТЬ ИПОТЕЧНЫЙ ДОГОВОР, ПОТОМУ ЧТО ТОЛЬКО ТАК  
МОЖНО ВЕРНУТЬ ДЕНЬГИ ЗА СТРАХОВОЙ ПОЛИС ..... 2*
- ВОСПОЛЬЗОВАТЬСЯ ПЕРИОДОМ ОХЛАЖДЕНИЯ И ВЕРНУТЬ ДЕНЬГИ ..... 3*
- РАЗДЕЛИТЬ СУММУ ПОЛИСА НА 12 МЕСЯЦЕВ, ВЫЧЕСТЬ ЕЕ ИЗ СУММЫ  
ЕЖЕМЕСЯЧНЫХ ПЛАТЕЖЕЙ И ПЛАТИТЬ МЕНЬШЕ ..... 4*
- З/О ..... 7*
- ОТКАЗ..... 8*

**Таблица: Распределение ответов на вопрос Т35 «Представьте, что Вы оформили ипотечный кредит. Но через неделю обнаружили, что в его стоимость был включен полис страхования жизни и здоровья заемщика. Вам не нужен этот полис. Что Вы имеете право сделать в этой ситуации?»**

|  | Доля, % |
|--|---------|
| Ничего сделать уже нельзя  | 32,5    |
| Можно расторгнуть ипотечный договор, потому что только так можно вернуть деньги за страховой полис | 15,9    |
| Воспользоваться периодом охлаждения и вернуть деньги   | 13,9    |
| Разделить сумму полиса на 12 месяцев, вычесть ее из суммы ежемесячных платежей и платить меньше    | 7,0     |
| Затрудняюсь ответить   | 29,3    |
| Отказ от ответа  | 1,2     |
| Нет ответа   | 0,2     |
| Итого  | 100,0   |

Следующим по сложности восприятия респондентами оказался вопрос Т33. (pf\_t38\_1).

Т33. Как Вы думаете, какие виды дохода можно получить при использовании индивидуального инвестиционного счета?

**[ИНТЕРВЬЮЕР! ПЕРЕДАЙТЕ КАРТОЧКУ В\_59 И ОТМЕТЬТЕ ВСЁ, ЧТО НАЗЫВАЕТ РЕСПОНДЕНТ ]**

|  |          |
|--|----------|
| <i>ДОХОД ОТ ОПЕРАЦИЙ С ЦЕННЫМИ БУМАГАМИ.....</i>                   | <i>1</i> |
| <i>ДОХОД В ВИДЕ ОБЯЗАТЕЛЬНОЙ ВЫПЛАТЫ ЗА ОТКРЫТИЕ СЧЕТА.....</i>    | <i>2</i> |
| <i>ДОХОД ОТ ПОЛУЧЕНИЯ НАЛОГОВОГО ВЫЧЕТА .....</i>                  | <i>3</i> |
| <i>ДОХОД ОТ ИЗМЕНЕНИЯ КУРСА ВАЛЮТ .....</i>                        | <i>4</i> |
| <i>НИКАКИХ ДОХОДОВ, НО МОЖНО ПОТЕРЯТЬ СРЕДСТВА .....</i>           | <i>5</i> |
| <i>НЕ ЗНАЮ, ЧТО ТАКОЕ ИНДИВИДУАЛЬНЫЙ ИНВЕСТИЦИОННЫЙ СЧЕТ .....</i> | <i>6</i> |
| <i>З/О .....</i>   | <i>7</i> |
| <i>ОТКАЗ .....</i>   | <i>8</i> |

**Таблица: Распределение ответов на вопрос Т33 «Как Вы думаете, какие виды дохода можно получить при использовании индивидуального инвестиционного счета?»**

|  | Доля, % |
|--|---------|
| Доход от операций с ценными бумагами                   | 17,2    |
| Доход в виде обязательной выплаты за открытие счета    | 2,6     |
| Доход от получения налогового вычета                   | 6,3     |
| Доход от изменения курса валют                         | 4,4     |
| Никаких доходов, но можно потерять средства            | 6,1     |
| Не знает, что такое индивидуальный инвестиционный счет | 54,0    |
| Затрудняюсь ответить                                   | 14,8    |
| Отказ от ответа  | 0,4     |
| Нет ответа   | 0,1     |
| Итого  | 32,5    |

Более половины опрошенных – 54% - просто не знают, что такое «индивидуальный инвестиционный счёт», о котором их спрашивают.

Места с пятого по восьмое достались рекордсменам прошлой волны – тестовым вопросам. Самым сложным из них оказался вопрос T26 (pf\_t11a) с 16,2% затруднившихся ответить.

T26. Предположим, что Вы увидели телевизор одной и той же модели на распродаже в двух разных магазинах. Первоначальная цена телевизора в каждом из магазинов составляла 10 000 рублей.

В одном магазине предлагается скидка в 1500 рублей с первоначальной цены, а в другом – 10% с первоначальной цены. Что выгоднее – скидка в 1500 рублей или в 10%?

- СКИДКА В 1 500 РУБЛЕЙ*..... 1  
*СКИДКА В 10 %*..... 2  
*ЗАТРУДНЯЕТСЯ ОТВЕТИТЬ*..... 3

**Таблица: Распределение ответов на вопрос T26 «Предположим Вы увидели одинаковый телевизор в двух разных магазинах. Первоначальная цена телевизора в одном магазине 10000 р., а скидка 10% с этой цены. В другом магазине цену Вы не запомнили, но предлагаемая скидка 15%, которая составила 1500 рублей. Что выгоднее?»**

|                                 | Доля, % |
|---------------------------------|---------|
| Скидка в 1500 рублей            | 63,4    |
| Скидка в 10 процентов           | 9,0     |
| Или различий между скидками нет | 9,9     |
| Затрудняюсь ответить            | 16,2    |
| Отказ от ответа                 | 1,2     |
| Нет ответа                      | 0,2     |
| Итого                           | 100,0   |

На втором месте в группе тестовых вопросов и на шестом в интервьюерском рейтинге трудных оказался вопрос T24. (pf\_t17), набравший 14,8% затруднившихся ответить.

T24. Представьте себе, что год назад Вы положили деньги на счет со ставкой 8% в год, а уровень инфляции за год составил 10%. Как Вы думаете, сегодня на деньги, которые есть на Вашем счете, в среднем можно купить больше, меньше или столько же товаров и услуг, что и год назад?

**[ИНТЕРВЬЮЕР! ПЕРЕДАЙТЕ РЕСПОНДЕНТУ КАРТОЧКУ В\_53 ]**

- БОЛЬШЕ, ЧЕМ ГОД НАЗАД* ..... 1  
*РОВНО СТОЛЬКО ЖЕ*..... 2  
*МЕНЬШЕ, ЧЕМ ГОД НАЗАД*..... 3  
*ЗАТРУДНЯЕТСЯ ОТВЕТИТЬ*..... 4

Распределение ответов по нему выглядит следующим образом:

Таблица: Распределение ответов на вопрос Т24 «Представьте, что год назад Вы положили деньги на счет со ставкой 8% в год, а уровень инфляции за год составил 10%. Сегодня на деньги, которые на Вашем счете, в среднем можно купить больше, меньше или столько же товаров и услуг, что и год назад?»

|                       | Доля,% |
|-----------------------|--------|
| Больше, чем год назад | 7,4    |
| Ровно столько же      | 16,7   |
| Меньше, чем год назад | 61,0   |
| Затрудняюсь ответить  | 14,8   |
| Отказ от ответа       | 0,0    |
| Нет ответа            | 0,1    |
| Итого                 | 100,0  |

Соответственно на третьем и четвёртом в группе и на седьмом – восьмом – в интервьюерском рейтинге оказались тестовые вопросы и Т23 (pf\_t8) и Т22 (pf\_t7). При этом затруднившихся ответить на вопрос Т23 (pf\_t8) оказалось всё-таки чуть больше, чем на вопрос Т22 (pf\_t8) – 11,4% против 10,9%, что вообще-то можно считать статистической погрешностью.

Т23. Предположим, что Вы положили 100 000 рублей на счет в банк на пять лет под 10% в год. Проценты будут начисляться ежегодно и прибавляться к основной сумме вклада. Сколько денег будет на Вашем счете через 5 лет, если Вы не будете снимать с этого счета ни основную сумму, ни начисленные проценты?

**[ИНТЕРВЬЮЕР! ПЕРЕДАЙТЕ РЕСПОНДЕНТУ КАРТОЧКУ В\_52 ]**

|                                    |          |
|------------------------------------|----------|
| <i>БОЛЕЕ 150 000 РУБЛЕЙ</i> .....  | <i>1</i> |
| <i>РОВНО 150 000 РУБЛЕЙ</i> .....  | <i>2</i> |
| <i>МЕНЕЕ 150 000 РУБЛЕЙ</i> .....  | <i>3</i> |
| <i>ЗАТРУДНЯЕТСЯ ОТВЕТИТЬ</i> ..... | <i>4</i> |

Таблица: Распределение ответов на вопрос Т23 «Предположим, что Вы положили 100 000 рублей на счет в банк на пять лет под 10% в год. Сколько денег будет на Вашем счете через 5 лет, если Вы не будете снимать с этого счета ни основную сумму, ни проценты?»

|                      | Доля,<br>% |
|----------------------|------------|
| Более 150 000 рублей | 62,1       |
| Ровно 150 000 рублей | 22,6       |
| Менее 150 000 рублей | 3,9        |
| Затрудняюсь ответить | 11,4       |
| Отказ от ответа      | 0,0        |
| Нет ответа           | 0,0        |
| Итого                | 100,0      |

T22. А сейчас несколько вопросов в форме теста. Отвечая на такие вопросы, не бойтесь ошибиться, подумайте и выберите тот ответ, который Вам кажется наиболее вероятным.

Итак, предположим, что Вы положили 100 000 рублей на счет в банк на два года под 8% в год. Сколько денег будет на Вашем счете через 2 года, если Вы не будете снимать деньги со счета или пополнять свой счет?

**[ИНТЕРВЬЮЕР! ПЕРЕДАЙТЕ РЕСПОНДЕНТУ КАРТОЧКУ В\_51 ]**

- БОЛЕЕ 108 000 РУБЛЕЙ* ..... 1  
*РОВНО 108 000 РУБЛЕЙ*..... 2  
*МЕНЕЕ 108 000 РУБЛЕЙ*..... 3  
*ЗАТРУДНЯЕТСЯ ОТВЕТИТЬ* ..... 4

**Таблица: Распределение ответов на вопрос T22 «Предположим, что Вы положили 100 000 рублей на счет в банк на два года под 8% в год. Сколько денег будет на Вашем счете через 2 года, если Вы не будете снимать деньги со счета или пополнять свой счет?»**

|                      | Доля, % |
|----------------------|---------|
| Более 108 000 рублей | 71,5    |
| Ровно 108 000 рублей | 15,0    |
| Менее 108 000 рублей | 2,6     |
| Затрудняюсь ответить | 10,9    |
| Отказ от ответа      | 0,0     |
| Нет ответа           | 0,0     |
| Итого                | 100,0   |

На девятое место интервьюерского рейтинга встал вопрос T29. (pf\_t34\_1 pf\_t34\_2 pf\_t34\_3).

T29. Предположим, у Вас возникнут долговые обязательства перед банком. Что Вы сделаете в первую очередь, если не сможете своевременно их выполнить. Выберите, пожалуйста, не более 3-х ответов.

**[ИНТЕРВЬЮЕР! ПЕРЕДАЙТЕ КАРТОЧКУ В\_56 И ОТМЕТЬТЕ НЕ БОЛЕЕ 3-Х ОТВЕТОВ ]**

- ОБРАЩУСЬ ЗА РЕШЕНИЕМ ВОПРОСА В БАНК,  
 ГДЕ БЫЛ ВЗЯТ КРЕДИТ* ..... 01  
*ВОЗЬМУ В ДОЛГ У ДРУЗЕЙ* ..... 02  
*ВОЗЬМУ ЗАЙМ  
 В МИКРОФИНАНСОВОЙ ОРГАНИЗАЦИИ* ..... 03  
*ВОЗЬМУ КРЕДИТ В ДРУГОМ БАНКЕ* ..... 04  
*ОБЪЯВЛЮ СЕБЯ БАНКРОТОМ*..... 05  
*НИЧЕГО НЕ БУДУ ДЕЛАТЬ, ПОДОЖДУ  
 ПОКА ДЕЛА НАЛАДЯТСЯ* ..... 06  
*З/О* ..... 97  
*ОТКАЗ* ..... 98

**Таблица: Распределение ответов на вопрос T29 «Предположим, у Вас возникнут долговые обязательства перед банком. Что Вы сделаете в первую очередь, если не сможете своевременно их выполнить?» (первый ответ)**

|  | Доля,% |
|--|--------|
| Обращусь за решением вопроса в банк, где был взят кредит | 54,0   |
| Возьму в долг у друзей                                   | 8,0    |
| Возьму займ в микрофинансовой организации                | 0,2    |
| Возьму кредит в другом банке                             | 2,8    |
| Объявлю себя банкротом                                   | 3,6    |
| Ничего не буду делать, подожду пока дела наладятся       | 13,2   |
| Затрудняюсь ответить                                     | 17,0   |
| Отказ от ответа  | 1,1    |
| Нет ответа   | 0,1    |
| Итого  | 100,0  |

**Таблица: Распределение ответов на вопрос T29 «Предположим, у Вас возникнут долговые обязательства перед банком. Что Вы сделаете в первую очередь, если не сможете своевременно их выполнить?» (второй ответ)**

|   | Доля,% | Доля среди давших 2-й ответ,%т |
|---|--------|--------------------------------|
| Возьму в долг у друзей                    | 9,7    | 58,3                           |
| Возьму займ в микрофинансовой организации | 0,2    | 1,2                            |
| Возьму кредит в другом банке              | 4,3    | 25,7                           |
| Объявлю себя банкротом                    | 2,5    | 14,8                           |
| Итого                                     | 16,7   | 100,0                          |
| Системные пропущенные                     | 83,3   |                                |
| Итого                                     | 100,0  |                                |

**Таблица: Распределение ответов на вопрос T29 «Предположим, у Вас возникнут долговые обязательства перед банком. Что Вы сделаете в первую очередь, если не сможете своевременно их выполнить?» (третий ответ)**

|   | Доля,% | Доля среди давших 3-й ответ,% |
|---|--------|-------------------------------|
| Возьму займ в микрофинансовой организации | 0,1    | 1,9                           |
| Возьму кредит в другом банке              | 2,3    | 55,8                          |
| Объявлю себя банкротом                    | 1,7    | 42,3                          |
| Итого                                     | 4,1    | 100,0                         |
| Системные пропущенные                     | 95,9   |                               |
| Итого                                     | 100,0  |                               |

**Таблица: Распределение ответов на вопрос Т29 «Предположим, у Вас возникнут долговые обязательства перед банком. Что Вы сделаете в первую очередь, если не сможете своевременно их выполнить?» (все ответы вместе)**

|  | Доля,% |
|--|--------|
| Обращусь за решением вопроса в банк, где был взят кредит | 54,0   |
| Возьму в долг у друзей                                   | 8,2    |
| Возьму займ в микрофинансовой организации                | 0,5    |
| Возьму кредит в другом банке                             | 9,3    |
| Объявлю себя банкротом                                   | 7,7    |
| Ничего не буду делать, подожду пока дела наладятся       | 13,2   |
| Затрудняюсь ответить                                     | 17,0   |
| Отказ от ответа  | 1,1    |
| Нет ответа   | 0,1    |
| Итого  | 100,0  |

Замыкает десятку трудных для восприятия вопросов вопрос Т5. (pf\_t18).

Т5. Скажите, пожалуйста, как Вы думаете, что такое ключевая ставка? Выберите один ответ.

**[ИНТЕРВЬЮЕР! ПЕРЕДАЙТЕ РЕСПОНДЕНТУ КАРТОЧКУ В\_48 ]**

- СТАВКА ЦЕНТРАЛЬНОГО БАНКА..... 1*  
*СТАВКА МЕЖБАНКОВСКОГО РЫНКА..... 2*  
*СТАВКА КРЕДИТА БАНКОВ НАСЕЛЕНИЮ ..... 3*  
*СТАВКА ВКЛАДОВ НАСЕЛЕНИЯ В БАНКАХ..... 4*  
*З/О ..... 7*  
*ОТКАЗ ..... 8*

**Таблица: Распределение ответов на вопрос Т5 «Как Вы думаете, что такое ключевая ставка?»**

|                                   | Доля,% |
|-----------------------------------|--------|
| Ставка центрального банка         | 73,2   |
| Ставка межбанковского рынка       | 2,3    |
| Ставка кредита банков населению   | 2,5    |
| Ставка вкладов населения в банках | 3,1    |
| Затрудняюсь ответить              | 18,4   |
| Отказ от ответа                   | 0,4    |
| Нет ответа                        | 0,0    |
| Итого                             | 100,0  |

Необходимо, однако, отметить, что при достаточно большом количестве затруднившихся ответить, число отказов от ответа, даже в самых проблемных вопросах, не превышает 1,3%, а в большинстве случаев очень близко к нулю, как и число пропусков вопросов. Это, безусловно, может служить ещё одним чрезвычайно веским доказательством высокого профессионализма интервьюеров.

## 14. Анализ вопросников, с точки зрения качества заполнения

### Вопросники домохозяйства

В финальную версию файла вошли данные 6079 вопросников.

При содержательной чистке данных проблем практически не было. Иногда только, фиксируя ответы на вопрос Н1. «Укажите всех членов домохозяйства, которые являются источником дохода для Вашего домохозяйства» (переменные PFH36\_1 - PFH36\_6) интервьюеры записывали номера детей, на которых выплачивают детские пособия. Такие ответы убирались из файла.

Н1. Укажите всех членов домохозяйства, которые являются источником дохода для Вашего домохозяйства.

**[ИНТЕРВЬЮЕР! ЗАПИШИТЕ НОМЕРА ЧЛЕНОВ ДОМОХОЗЯЙСТВА ИЗ КАРТОЧКИ ДОМОХОЗЯЙСТВА ]**

|\_\_|\_\_| НОМЕР ЧЛЕНА ДОМОХОЗЯЙСТВА |\_\_|\_\_| НОМЕР ЧЛЕНА ДОМОХОЗЯЙСТВА

|\_\_|\_\_| НОМЕР ЧЛЕНА ДОМОХОЗЯЙСТВА |\_\_|\_\_| НОМЕР ЧЛЕНА ДОМОХОЗЯЙСТВА

|\_\_|\_\_| НОМЕР ЧЛЕНА ДОМОХОЗЯЙСТВА |\_\_|\_\_| НОМЕР ЧЛЕНА ДОМОХОЗЯЙСТВА

З/О ..... 97

ОТКАЗ ..... 98

В силу разной кодировки денежных интервалов в разных волнах (в 2020 году изменилась карточка С\_2., где в первых трёх волнах позиция 22 была последней в рублях, а, начиная с позиции 23, шли доллары, в четвёртой волне в рубли добавили ещё одну позицию, в пятой волне у всех денежных карточек в вопроснике домохозяйства количество позиций увеличилось) при работе с файлами отдельных волн проблем не возникает. При создании общей базы оказалось, что позиция 23 в одном случае может означать «220 тысяч рублей и больше», а в другом «до 60 долларов США». В связи с этим было принято решение добавить к именам переменных, где изменились кодировки ответов, \_d (для вопросов волны D) и \_e (для вопросов волны E). Например, переменная pf\_o20\_n\_e файла волны 2024 в сводном файле данных будет существовать в трёх вариантах – просто o20\_n, o20\_n\_d и o20\_n\_e.

И ещё в волне 2024 года появился новый подвопрос о личных средствах связи и гаджетах. В вопроснике это О18 пункт 8. Ниже сокращённый вариант вопроса.

**О18. Скажите, пожалуйста, члены Вашего домохозяйства в течение последних 3-х месяцев покупали...?**

**[ИНТЕРВЬЮЕР! ЕСЛИ РЕСПОНДЕНТ ЗАТРУДНЯЕТСЯ ИЛИ ОТКАЗЫВАЕТСЯ ОТВЕТИТЬ, ПЕРЕДАЙТЕ КАРТОЧКУ С\_2 И ПОПРОСИТЕ ПРИБЛИЗИТЕЛЬНО ОЦЕНИТЬ СУММУ ]**

|  |                      | <b>Сколько всего<br/>рублей заплатили?</b> | <b>НОМЕР ИЗ<br/>КАРТОЧКИ</b> | <b>3/0</b> |
|--|----------------------|--|------------------------------|------------|
| <b>1. культтовары, например: телевизор, магнитофон, видео, музыкальные инструменты, компьютер, фотоаппарат и тому подобное .....</b> | Да..... 1 =>   _____ | <b>РУБ</b>                                 | _ _ №                        | 997        |
|  | Нет.... 2            |  |                              |            |
| <b>8. личные средства связи и гаджеты, кроме мобильных телефонов и смартфонов.....</b>   | Да..... 1 =>   _____ | <b>РУБ</b>                                 | _ _ №                        | 997        |
|  | Нет.... 2            |  |                              |            |

В файле текущей волны ему соответствуют переменные rfo22\_8a, rfo22\_8b и rfo22\_8c. Но для этого нового вопроса переменную rfo22\_8c тоже пришлось сделать rfo22\_8c\_e, чтобы обозначить, что кодировка ответов там соответствует изменившейся для остальных подвопросов в 2022 году.

### ***Индивидуальные вопросники***

В файл данных вошли 11836 индивидуальных вопросника. Изначально было получено 11920. То есть, было удалено 58 анкет, в силу многочисленных пропусков вопросов и по результатам контроля. Т.е. 99,1% всех полученных вопросников, были заполнены в соответствии с предъявляемыми техническими требованиями.

В семи вопросниках, которые всё-таки вошли в массив, были отмечены отдельные недочёты.

Так в одной анкете в разделах «ФИНАНСОВАЯ ГРАМОТНОСТЬ», «ФИНАНСОВОЕ САМОЧУВСТВИЕ» и «ФИНАНСОВАЯ ДОСТУПНОСТЬ» были отмечены только коды «ЗАТРУДНЯЮСЬ ОТВЕТИТЬ» во всех вопросах.

В другой анкете только коды "3/0" были отмечены, начиная с вопроса T24., ещё в одной так же, начина с вопроса T24. – в основном ответы "3/0" и "ОТКАЗ".

В четырёх анкетах были пропущены отдельные вопросы.

В одной – вопросы Y11.-K22., то есть, практически с 3-ей до 10-й страницы.

В другой анкете были пропущены вопросы K58.-K78. на страницах 16-24.

В третьей – ответов не было, начиная с вопроса P6.31. и до конца анкеты (страницы 42-79).

И в четвёртой анкете не были заданы вопросы, начиная с вопроса M3. и до конца анкеты на страницах 78-79.

В файле данных на месте пропущенных вопросов стоят значения "99999999" – «НЕТ ОТВЕТА».

### **Заключение. Перспективы продолжения опроса по данной выборке**

В целом перспективы продолжения опроса по данной выборке можно оценить как весьма благоприятные.

Респонденты назвали более пяти тысяч своих телефонов и электронных адресов, по которым их можно будет найти для дальнейших опросов, более полутора тысяч контактных телефонов с именами и отчествами близких людей, к которым можно будет обратиться в случае, если опрошенная семья соберётся переезжать.