

Схема реализации выборочной совокупности опроса активных потребителей

Схема реализации выборочной совокупности должна обеспечивать стратифицированную территориальную случайную выборку респондентов. Реализуемая в соответствии со *Схемой* выборка респондентов должна репрезентировать взрослое (в возрасте от 18 до 55 лет) население крупных городов Российской Федерации (городов с населением от 1 000 000 человек) по полу и возрасту. Кроме того, методика опроса (он-лайн интервью) предполагает включение в выборку только респондентов, активно пользующихся Интернетом.

Суммарный объем реализуемой выборочной совокупности должен составлять 1500 респондентов.

Предлагаемая схема включает три ступени отбора различных элементов выборки.

1. Первая ступень – отбор точек опроса (городов)

Единицами отбора первой ступени являются города с населением более 1 000 000 человек. В качестве таковых рассматриваются Москва, Санкт-Петербург, Новосибирск, Екатеринбург, Нижний Новгород, Самара, Омск, Казань, Челябинск, Ростов-на-Дону, Уфа, а также Пермь и Волгоград, население которых приближается к указанной границе в 1 000 000 человек.¹

2. Вторая ступень – распределение респондентов точкам опроса (городам)

Для возможности статистически корректного сравнения друг с другом данных опроса в обеих столицах, а также в прочих крупных городах, принято решение распределить выборочную совокупность между точками опроса следующим образом:

Москва	500 респондентов;
Санкт-Петербург	500 респондентов;
Прочие города (11 городов)	500 респондентов (пропорционально доле населения каждого города в совокупном населении 11 городов).

Такое равномерное распределение позволяет получать данные опроса по всем трем описанным выше объектам с примерно одинаковой точностью.²

Для корректного рассмотрения всей выборочной совокупности вводятся весовые коэффициенты, приводящие численность респондентов, опрошенных в каждом городе, в соответствие с долей населения этого города в генеральной совокупности.

3. Третья ступень - Отбор респондента в точке опроса (городе)

Отбор респондентов в точке опроса регламентируется квотами (по полу и возрасту). Кроме того, необходимым условием включения респондента в выборочную совокупность является достаточно высокая самооценка респондентом материального положения его семьи (ответы 4-6 на приведенный ниже вопрос).

Как бы Вы охарактеризовали материальное положение своей семьи?

1. Не хватает денег даже на еду
2. Хватает на еду, но покупка одежды проблематична
3. Денег хватает на еду и одежду, но покупка товаров длительного пользования (новый холодильник или телевизор) затруднительна

¹ Оценка Федеральной службы государственной статистики на 1 января 2008 года.

² Максимальная погрешность данных составляет примерно 5,5% для каждого из трех объектов и 3,2% для всей выборочной совокупности.

4. Можем позволить себе товары длительного пользования, но покупка новой машины пока невозможна
5. Можем позволить себе практически всё, кроме покупки квартиры или дачи
6. Можем позволить себе всё, в том числе покупку квартиры или дачи

Построенная таким образом выборочная совокупность репрезентирует по полу и возрасту население крупных городов России (от 1 000 000 человек) в возрасте от 18 до 55 лет, достаточно высоко оценивающих свое материальное положение и активно пользующихся интернетом. Эту группу можно считать "активными потребителями" товаров и услуг в том смысле, что их потребительская активность (или потребительский потенциал) заведомо выше, чем у прочего населения России.