230 — Онлайн исследования в России

ЛИТЕРАТУРА

1. Electronic word-of-mouth — motives for reading customer opinions online — Электронный ресурс. Режим доступа: http://www.warc.com/ArticleCenter/Default.asp?СТуре=A&AID=WORDSEARCH85322&Tab=A

Экономический кризис в фокусе межстранового интернет-опроса. Параметры исследования

Кузина Ольга Евгеньевна (Государственный Университет — Высшая Школа Экономики, Национальное агентство финансовых исследований)

Е сли бы врачи лечили не больных людей, а экономики, находящиеся в кризисном состоянии, то мировой финансовый кризис уже получил бы статус пандемии. Причем врачам пришлось бы признать, что лекарства от данного заболевания пока не существует и процесс его создания может занять довольно длительное время. По прогнозам Всемирного банка и Мирового валютного фонда, в 2009 г. впервые со времен Второй мировой войны в мировой экономике произойдет снижение ВВП, уменьшится объем мировой торговли, вырастет уровень бедности. В ряде стран кризис уже привел к смене правительств, усилению государственного регулирования экономики и прочим изменениям.

Кризис возник в США, а затем стал распространяться по миру, затрагивая все новые страны и континенты. К концу 2008 г. стало ясно, что иммунитета от экономической лихорадки нет ни у кого: в той или иной степени она проникла как в развитые, так и развивающиеся страны, как в богатые, так и в бедные, как в инновационные и диверсифицированные экономики, так и в сырьевые. В середине лета 2008 г. еще была иллюзия, что этот кризис может обойти стороной страны с быстрорастущими экономиками, такие как Китай, Индия, Россия и Бразилия, однако уже осенью стало понятно, что российская экономика также оказалась подвержена полномасштабному финансовому кризису: фондовые индексы упали на 70%, курс рубля по отношению к доллару снизился на 40%, резервный фонд уменьшился на треть, резко снизилась собираемость налогов и появился дефицит гос-

бюджета. Вслед за финансовым кризисом наступил экономический: по предварительным оценкам, в первом полугодии 2009 г. ВВП снизился более чем на 10%, был зафиксирован спад в промышленности и строительстве. Таким образом, глубина кризисных явлений в экономике России оказалась даже большей, чем в других странах. А перспективы восстановления экономики пока туманны.

А как данный кризис воспринимается населением? Чувствуют ли люди ухудшение материального положения, какие группы населения затронуты в наибольшей степени, когда, по представлениям людей, можно ожидать окончания кризиса, считают ли они успешными действия правительств по его преодолению, насколько объективными им кажутся материалы, публикуемые в СМИ?

Аля того чтобы ответить хотя бы частично на эти и другие вопросы, Национальное агентство финансовых исследований (НАФИ) и Сіао Surveys-Greenfield online-Company провели международное сравнительное онлайн исследование влияния кризиса на материальное положение и социальное самочувствие жителей нескольких европейских стран и США. В опрос вошли такие страны, как Великобритания, Германия, Польша, Россия и США. Выбор этих стран был обусловлен следующими факторами: США и Великобритания — страны, представляющие англосаксонскую рыночную экономику, Германия — пример социально ориентированного рынка континентальной Европы, Польша и Россия — посткоммунистические страны. Было бы, конечно, интересно включить в опрос, помимо России, другие страны БРИК, но, к сожалению, бюджет данного инициативного исследования был ограничен, и поэтому было принято решение провести исследование только в пяти странах, сфокусировавщись на Европе и Северной Америке.

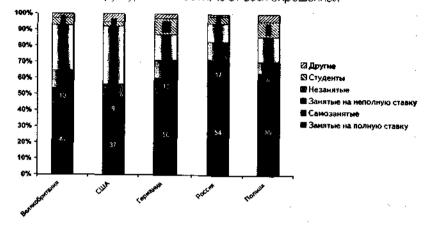
Методом исследования был онлайн опрос пользователей Интернета. Данные собирались компанией Ciao Surveys-Greenfield online-Company, специализирующейся на проведении интернет-опросов и имеющей обширные банки данных респондентов во многих странах мира, включая и те, которые были выбраны для опроса. НАФИ разработало анкету исследования и провело анализ полученных данных.

Опрос прошел в марте 2009 г. Выборка составила 2500 человек, в каждой из пяти стран (Великобритании, Германии, Польше, России, США) было опрошено по 500 респондентов. Поскольку доля пользо-

вателей Интернета значительно различается по странам, причем ни в одной из стран не достигается 100% охвата населения, опросы пользователей Интернета пока не могут репрезентировать население в целом, в лучшем случае речь может идти о выборках, репрезентирующих пользователей Интернета. Но поскольку нас больше интересовало получение сравнимых результатов между странами как таковыми, а не между пользователями Интернета из разных стран, мы пошли другим путем, отказавшись от идеи репрезентативной выборки в пользу модельного подхода. Мы предположили, что влияние кризиса на различные группы населения не столь сильно различается в зависимости от того, является человек пользователем Интернета или нет. Так, например, если при сравнении людей из разных возрастных групп удастся выявить, что материальное положение людей среднего возраста ухудшилось сильнее, чем у представителей более молодых или более старших возрастных групп, то, скорее всего, данная зависимость будет наблюдаться и среди тех, кто Интернетом не пользуется. А поскольку для модельного подхода важно не столько репрезентировать целевую группу, сколько обеспечить случайность и достаточную количественную наполненность групп, то во всех странах мы задали единые квоты на пол и возраст респондентов для контроля по этим переменным: мужчины — 50%, женщины — 50%; 18-30 лет — 30%, 31-40 лет — 40%, 41 и старше — 30%.

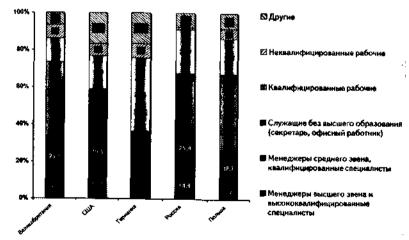
Тип занятости, должностное положение и отраслевое распределение нами не контролировались, поэтому по этим характеристикам выборки различались между собой. Наибольшее различие в структуре занятости наблюдалось между двумя группами стран: США и Великобританией, с одной стороны, и Германией, Россией и Польшей — с другой. В группе англосаксонских стран доля незанятых оказалась значительно выше, чем в странах континентальной Европы. Так, максимальное значение данного показателя было выявлено в США, где доля незанятых была более чем в три раза выше, чем в России: 36% против 11% соответственно. Другие различия касались доли студентов и самозанятых. Так, в Германии и Польше студентом оказался практически каждый десятый респондент, тогда как в других странах данная группа составила 3-4%. В отношении самозанятых лидером стала Россия: 17% против 9-10% в других странах.

Рисунск 1 Структура занятости, % от всех опрошенных

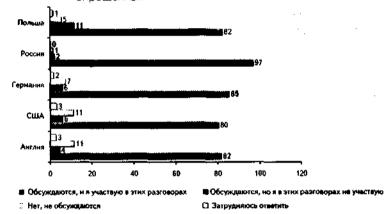


В отношении должностного положения занятых наиболее высокие доли представителей высшего и среднего менеджмента были зафиксированы для США, России и Великобритании — 40%, 35% и 34% соответственно, тогда как в Германии почти 40% составили квалифицированные рабочие, а в Польше 41% — представители нижнего уровня управленцев и специалистов, офисные работники.

Рисунок 2 Должностная структура опрошенных, % от всех занятых



Рисунск 3. Обсуждаются ли вопросы, связанные с мировым экономическим кризисом, в кругу Вашей семьи, друзей, коллег и, если да, участвуете ли вы в них?, % от всех опрошенных



С точки зрения отраслевой принадлежности различия в выборках оказались незначительными: в Великобритании были несколько больше, чем в других странах, представлены работники сферы образования, медицины и торговли, чуть меньше — работники промышленности, в Германии выше доля работников медицинской сферы, бизнес-консультирования, в России чаще встречались работники промышленности, торговли, в Польше — представители государственного сектора, образования, торговли, в США люди чаще затруднялись определить, к какой сфере относится их деятельность, или квалифицировали ее как «другое». В остальном же различий не было.

Итак, рассмотрим, насколько различались ответы респондентов из разных стран на вопросы об их отношении к кризису и его влиянию на их личное материальное положение.

Разговоры о кризисе

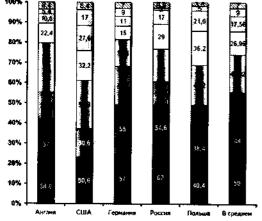
В качестве вводного вопроса мы задали вопрос о том, насколько часто респонденты слышат разговоры о кризисе и принимают участие в таких разговорах. О том, что кризис обсуждается в семейном

кругу респондентов или среди их друзей и коллег, заявили подавляющее большинство опрошенных: от 80 до 97%, причем чаще всего обсуждали кризис наши соотечественники, респонденты из России (97%). Таким образом, можно сделать вывод о том, что кризисная тема для больщинства участников опроса важна и дальнейшие вопросы, скорее всего, не будут для них неожиданными.

Причины кризиса

В ответ на вопрос о том, в чем заключается причина возникновения финансового кризиса и кто виноват, наиболее часто обвиняли денежные власти США, неэффективные национальные регуляторы финансовых рынков и недальновидные стратегии банков. Причем критика в

Рисунов 4, Что, на ваш взгляд, послужило причиной нынешнего кризисного состояния экономики вашей страны? (не более трех вариантов ответа), % от всех опрошенных



- **В** Затрудняюсь ответить
- © Другое
- 🖾 Большие расходы государств на ведение военных действий в горячих точках
- Отсутствие навыков долгосрочного планирования и оценки рисков у жодей, взявших банковские кредить
- Ш Неэффективная политика правительства странь: по регулированию финансовых рынков
- Некомпетентиссть международных финансовых организаций (МВФ, рейтинговые агентства и т.п.)
- Недальновидные финансовые стратегии руководства банков
- Неэффективная политика денежных властей США по регулированию финансовых рыз

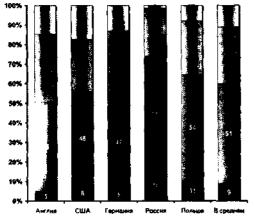
адрес денежных властей США чаще звучала в ответах респондентов из России и Германии, тогда как недовольство собственным правительством чаще выражали британцы и американцы, банки чаще ругали респонденты из Великобритании, Германии и СЩА. В Германии национальных регуляторов обвиняли реже, чем в других странах, а международные финансовые организации — чаще. В Польше достаточно популярным был ответ, в котором ответственность за кризис возлагалась также и на обычных людей, банковских заемщиков, не имеющих навыков долгосрочного планирования и оценки рисков.

Эффективность действий национальных правительств в борьбе с кризисом

В отношении проводимых правительствами антикризисных мер пока преобладают умеренный оптимизм: положительных изменений люди еще не видят, но пока жива надежда на то, что антикризисные меры будут результативны. С такой оценкой согласились от 46% опрошенных в Великобритании до 58% респондентов из России. Россияне оказались большими оптимистами по сравнению с остальными: 16% уже считают правительственные меры успешными, тогда как в других странах такие ответы дали от 5% опрошенных в Великобритании до 11% респондентов из Польши. Пессимистические оценки правительственных программ помощи экономике дали от четверти до трети респондентов. Наибольший пессимизм был характерен для ответов респондентов из Великобритании и США, наименьший для россиян и поляков (рисунок 5).

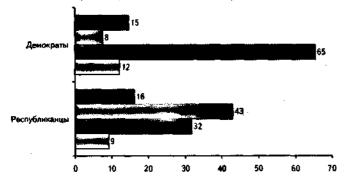
Причем интересно, что оценка мер правительства была связана не столько с влиянием кризиса на материальное положение респондентов, сколько с их политическими ориентациями. Так, сторонники правящих партий проявляли намного больший оптимизм по сравнению со сторонниками оппозиции. Например, в США 43% из тех, кто проголосовал бы за республиканцев, если бы выборы состоялись в ближайшее время, считали, что изменений в лучшую сторону в результате антикризисных мер нет и не будет, тогда как среди демократов таких было всего 8%. В два раза чаще республиканцев демократы выражали умеренный оптимизм (65% против 32% соответственно) (рисунок 6).

Рисунок 5 Скажите, пожалуйста, как Вы оцениваете деятельность правительства Вашей страны по преодолению последствий финансового кризиса?, % от всех опрошенных



- Никаких позитивных изменений нет и, скорее всего, скоро не будет
- Вполна услашны, вюку существенные сданги к лучшему

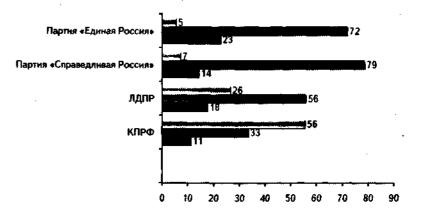
Распределение оценок действенности антикризисных мер Рисунск 6 правительств в зависимости от политической ориентации респондентов. % от всех опрощенных из США



- Вполне услашны, вижу существенные сданги и лучшем

В России сторонники двух партий («Единой России» и «Справедливой России») оценили правительственные меры в основном с умеренным оптимизмом, тогда как среди голосующих за АДПР, СПС и КПРФ доля пессимистов составила 26%, 42% и 56% соответственно.

Распределение оценок действенности антикризисных мер правительств в зависимости от политической ориентации респондентов, % от всех опрошенных из России



- ний мет и, скоров всего, скоро не будет
- Пока никаких позитивных изменений не наблюдаю, но синидаю, что скоро зитикризисные
- Вполне успекции, вижу существенные савиги и пунцину

В своих ответах на вопрос о том, как долго продлится кризис, подавляющее большинство респондентов из США, Великобритании и Германии сказали, что текущий кризис является долгосрочным и быстрого выхода из него не будет. Тогда как респонденты из Польши и России были более оптимистичны. Почти половина поляков (46%) считают, что кризис долго не продлится и скоро ситуация стабилизируется.

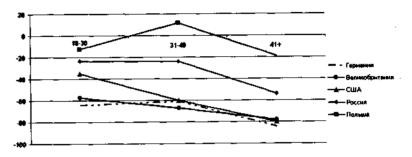
Рисунок 8 Какое из следующих суждений более всего соответствует вашему мнению? % от всех опрошенных



- Затрудняюсь ответить
- Сегодняшний мировой финансовый кризис это долгосрочный процесс, скорого выхода из кризиса не будет
- Сегодняваний мировой финансовый крузис долго не продлятся, ситуация довольно скоро стабилизируется

Если рассчитать баланс ответов по данному вопросу (из доли тех, кто считает кризис долгосрочным процессом, вычесть долю тех, кто считает, что скоро все нормализуется), то можно сравнить полученный индекс по группам населения различного возраста. На графике видно, что практически во всех странах во всех возрастных группах индекс принимает отрицательные значения -- то есть преобладает мнение о том, что выход из кризиса будет долгим. Причем молодые более оптимистично настроены по сравнению с людьми старшего возраста. Исключение составляют только респонденты из Польши в возрасте 31-40 лет, среди которых чаще встречаются люди, ждущие нормализации ситуации в самое короткое время, чем те, кто считает, что кризис будет долгим. Еще одним интересным моментом является более кругой наклон линии индекса для США по сравнению с Великобританией и Германией. При том, что в целом профили индекса по возрастам в данных странах схожи, американская молодежь до 30 лет намного чаще, чем ее сверстники в Великобритании и Германии, считает, что данный кризис не будет долгим.

Рисунок 9. Профили индекса оценок долгосрочности кризиса по возрастам, баллы (от -100 до +100)

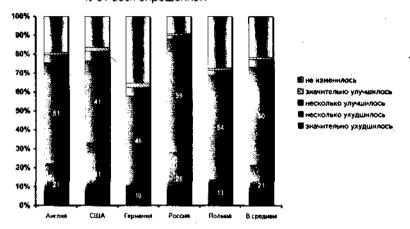


Что касается разбивок по другим группам, то статистически значимые различия существуют только в Великобритании и США: в обеих странах большими оптимистами являются мужчины, занятые полный рабочий день, и студенты, в остальных группах надежды на быстрый выход из кризиса нет.

Динамика материального благосостояния

Оптимизм относительно эффективности антикризисных мер правительства и продолжительности кризиса был продемонстрирован респондентами из России на фоне более глубокого, чем в остальных четырех странах, падения уровня материального положения. Большинство респондентов во всех странах исследования сообщили об ухудшении своего материального положения в результате кризиса. Однако в европейских странах ситуация оказалась несколько лучше, чем положение дел в США и России. Так, ухудшение материального положения сильнее всего ощутили опрошенные в США и России (82% и 87% соответственно), причем американцы в 31%, а россияне в 28% случаев указали, что положение значительно ухудшилось. В меньшей степени ухудшились субъективные оценки материального благосостояния у опрошенных в Германии и Польше (56% и 67% соответственно). Так, каждый третий респондент в Германии отмечает, что кризис не повлиял на его материальное положение, тогда как в России так ответили всего 9% опрошенных.

Рисунок 10. Изменение материального положения, % от всех опрошенных



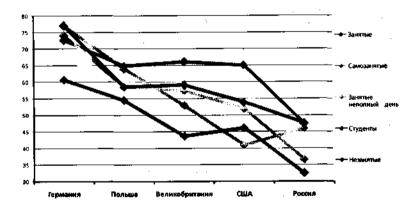
На основе данных опроса об изменении материального положения были рассчитаны индексы, отражающие соотношение позитивных и негативных оценок. Из доли положительных ответов вычиталась доля отрицательных ответов и к их разнице прибавлялось 100, чтобы исключить появление отрицательных величин. Доли ответов о значительном ухудшении или улучшении положения суммировались с весом 1,0, незначительное ухудшение или улучшение имели вес 0,5. Таким образом, значения индексов изменяются в пределах от 0 до 200. Индекс равен 200, когда все опрошенные говорят об улучшении своего материального благосостояния, индекс равен 100, когда доля положительных и отрицательных оценок одинакова. Значения индекса ниже 100 означают преобладание негативных оценок. Мы сравнили значения данного индекса в разных социально-демографических группах и получили интересные выводы.

Индекс динамики материального благосостояния по группам занятости

В наибольшей степени кризис ухудшил благосостояние незанятых (по сравнению с другими группами). Наиболее пострадавшими

себя ощущают незанятые и занятые неполный день в России (32 и 37 баллов из 200 соответственно). Более благоприятные оценки личного материального положения наблюдаются у занятых на полную ставку. Наименее пострадавшие по их собственной самооценке — самозанятые и студенты в Германии (по 77 баллов в обеих группах). Наибольший разрыв в динамике материального благосостояния по группам занятых наблюдается в США и Великобритании, наименьший — в Польше. Так, в США разница между индексом оценки материального благосостояния в группах составила 24 балла, а в Великобритании — 20 баллов. В Польше же этот разрыв составил всего 10 баллов.

Рисунск 11. Индекс динамики материального благосостояния по группам занятости, баллы (от 0 до 200)

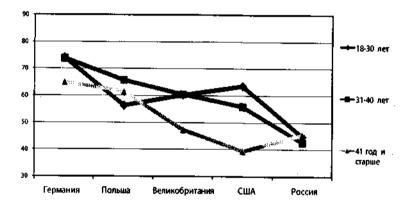


Индекс динамики материального благосостояния по возрасту

Если сравнивать оценки личного материального благосостояния респондентов различных возрастов, то наибольшие межгрупповые различия наблюдаются в США, причем хуже всего обстоит дело с динамикой личного материального положения у американцев старше 41 года. В данной группе респондентов 40% заявили о том, что их материальное благосостояние значительно ухудши-

лось. Причем оценки личного материального благосостояния в данной группе оказались ниже, чем для россиян всех возрастных групп. На уровне российского показателя находятся респонденты из Великобритании в возрасте от 41 года и старше (47 баллов из 200 в Великобритании и 45 — в России). Наиболее высокий показатель динамики материального благосостояния наблюдается у респондентов 18-40 лет из Германии — 74 балла.

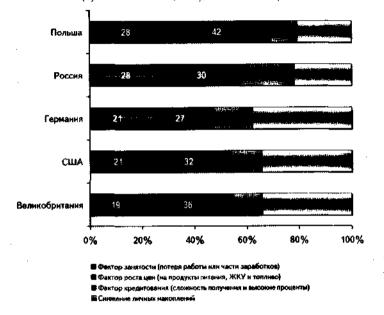
Рисунок 12. Индекс динамики материального благосостояния по возрасту, баллы (от 0 до 200)



Причины ухудшения материального положения

По мнению опрошенных из США, Великобритании и Германии, главными причинами ухудшения их материального благосостояния являются снижение личных накоплений (34-38% опрошенных в этих странах отметили именно эту причину) и рост цен на продукты и услуги первой необходимости (27-36% назвали данную причину). В Польше и России основными причинами являются рост цен (30% поляков и 42% россиян) и снижение доходов вследствие потери работы или части заработков (по 28% в каждой из стран). Кроме того, в России в отличие от всех других стран важными факторами ухудшения материального положения являются недоступность и высокие процентные ставки по кредитам (20% против 10-14% в других станах).

Рисунок 13. Факторы ухудшения материального положения (субъективные оценки), % от всех опрошенных

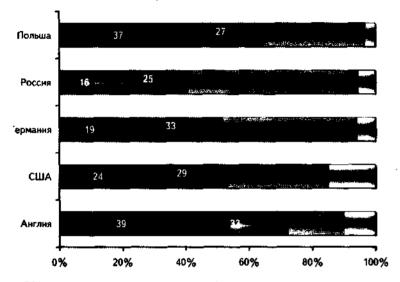


Оценка объективности СМИ

Интересный результат мы получили также в ответ на вопрос о степени объективности СМИ в информировании о кризисе. Большинство опрошенных во всех пяти странах полагают, что информация в СМИ о кризисе необъективна. Всего от четверти до трети опрошенных верят в объективность СМИ. Необъективность проявляется как в приукрашивании действительности, так и в преувеличении кризисных явлений. Так, среди жителей России и Германии доминирует мнение, что СМИ недостаточно откровенно и полно освещают экономический кризис, приукрашивают информацию о происходящем (54% и 43% соответственно). Британцы, напротив, чаще всего склонны заявлять, что последствия кризиса зачастую преувеличены (39%). Наконец, американцы и поляки разделились во мнениях: 32% опрошенных американцев полагают, что СМИ недостаточно полно освещают тему кризиса, а 29% считают получаемую информацию объек-

тивной, для респондентов из Польши эти показатели составляют 32% и 37% соответственно.

Оценка объективности СМИ в освещении кризиса, Рисунов 14. % от всех опрошенных



- В СМИ частю преувеличению последствия коизноных явле
- Информация в СМИ кажется мне объективной
- В Затружниюсь ответить

Методологические выводы

Помимо содержательных выводов исследования интересным представляется обсуждение методологических вопросов, связанных с преимуществами и недостатками интернет-опросов населения. Наиболее важным недостатком данного метода считается невозможность достижения репрезентативности выборок по отношению к генеральной совокупности всех жителей. Этому мешают как минимум две причины: не все жители пользуются Интернетом, причем те, кто пользуется, отличаются по своим характеристикам от непользователей. Второй причиной является нарушение процедуры случайного отбора респондентов: очень часто интернет-опросы проводятся в форме размещения анкеты на интернет-сайте, респондентами в этом случае становятся те, кто пользуется Интернетом, зашел на этот сайт и согласился ответить на анкету. В результате под угрозой оказывается внешняя валидность, полученные на основе опроса пользователей Интернета данные нельзя распространять на генеральную совокупность.

В нашем случае, поскольку данные собирались компанией, специализирующейся на проведении интернет-опросов, проблемы, связанные с самоотбором, были в значительной степени сняты, поскольку такие компании формируют специально собираемые и поддерживаемые пулы или панели респондентов, из которых затем делается выборка для исследования. Однако, хотя решить проблему неполного охвата Интернетом данные методики не позволяют, мы исходили из предположения, что выявленные межстрановые различия в мнениях людей о влиянии кризиса скорее всего не зависят от того, является человек пользователем Интернета или нет.

Проблемой стало то, что Россия в отличие от остальных четырех стран сильно отличалась по степени охвата населения Интернетом. Так, в США, где был наибольший охват, доля пользователей, по данным с сайта интернет-статистики1, составила около 75%, в Великобритании — 71%, В Германии — 67%, а Польше — 52%, тогда как в России охват был наименьшем из пяти выбранных стран — 27%. В этих условиях сравнения данных по России с данными, полученными даже на репрезентативных для пользователей Интернета в других странах выборках, теряли смысл. Поэтому мы решили полностью отказаться от попытки репрезентировать кого бы то ни было в пользу модельной выборки², в которой были введены равные квоты на пол и возраст: в каждой стране выборка состояла поровну из мужчин и женщин и по возрасту была разбита на три равные части. Это было сделано в рамках модельного подхода, при котором контрольными переменными стали пол, возраст. Таким образом, у нас появилась возможность сравнить мнения людей на выборках, имеющих одинаковую структуру по полу и возрасту.

http://www.internetworldstats.com/

 $^{^{2}}$ Под «модельной выборкой» автор подразумевает целевую выборку с квотированием по некоторым социально-демографическим характеристикам респондентов. — Прим. ред.

Анализируя полученные результаты, можно сказать, что такое решение в целом себя оправдало. Для стран с более-менее одинаковым уровнем охвата населения Интернетом (США — 75%, Великобритании — 71% и Германии — 67%) мы сравнили мнение людей о кризисе, причем, на наш взгляд, выявленные различия между опрошенными пользователями Интернета в этих странах скорее всего отражают различия во мнениях и тех жителей, которые Интернетом не пользуются. При этом мы получили также возможность оценить межстрановые различия по возрастным и гендерным группам, а также провести сравнение данных, полученных на российской выборке, которая, в отличие от других стран, смещена в сторону более высокодоходных и статусных групп населения, с данными, полученными в остальных странах, где такого смещения нет.

Исследование возможности использования онлайн опросов для репрезентации больших социальных групп

Звоновский Владимир Борисович (Фонд социальных исследований)

астоящая статья представляет собой сравнительный анализ результатов двух исследований, проведенных среди жителей 12 российских городов и трех регионов — Татарстана, Красноярского края и Ямало-Ненецкого автономного округа. На основе сравнения массивов рассматриваются возможности использования онлайн опросов больших социальных групп.

Как показывает практика, предпочтение онлайн опросам отдается в случае, когда необходимо охватить либо очень узкую, либо труднодостижимую целевую группу. Однако все чаще исследователи задумываются над тем, насколько эффективными онлайн опросы могут оказаться тогда, когда требуется охват самых широких социальных групп и даже шире — населения в целом. Для этой цели необходимо сопоставить данные онлайн и оффлайн опросов, проведенных с помощью сходного инструментария.

В ноябре 2008 года Ассоциация российских социологических центров по собственной инициативе провела первую волну исследования «Межрегиональный индекс кризисного сознания». Опросы во всех городах и регионах репрезентировали генеральную совокупность их населения. В городах и регионах было опрошено от 300 до 1500 человек, данные по объему выборки в каждом городе приведены в таблице 1.

В конце января 2009 года компания OMI-Russia по идентичному инструментарию провела опрос участников своей панели, живущих в этих же городах и регионах, а также в Москве, Уфе и Омске. Опрос