



ФЕДЕРАЛЬНАЯ СЛУЖБА
ГОСУДАРСТВЕННОЙ
СТАТИСТИКИ

ОРГАНИЗАЦИЯ СБОРА ДАННЫХ ВЫБОРОЧНОГО ОБСЛЕДОВАНИЯ ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ ОЖИДАНИЙ В РЕЖИМЕ ЭЛЕКТРОННОГО СБОРА ДАННЫХ

На основе результатов научно-исследовательской работы «Разработка рекомендаций по совершенствованию статистического и методического инструментария по проведению выборочных наблюдений домашних хозяйств в условиях неполноты основы выборки и ограниченных возможностях сбора первичных данных» (этап 2025 года)

Минск, июнь 2026

*Дробышева Мария Андреевна
Заместитель начальника Управления
статистики уровня жизни
и обследований домашних хозяйств*

1

Подготовка к апробации: технологическое решение

ТЕХНОЛОГИЯ ИНТЕРНЕТ ОБСЛЕДОВАНИЙ

Модуль на платформе Contour BI:

- Разработан в рамках первого контракта на АВ ЦАП
- Создание нового обследования, настройка опросного листа (электронной анкеты)
- Автоматическое создание справочников и временных рядов для микроданных
- Автоматическая адаптация пользовательского интерфейса для заполнения анкеты
- Настройка статистических показателей, алгоритмов расчетов, визуализаций, публикаций

НАСТРОЙКА АНКЕТЫ И ИНФОРМАЦИОННОЙ МОДЕЛИ ХРАНИЛИЩА

1. Обследование

Создано обследование, настроены вопросы анкет респондентов и интервьюеров и их атрибуты: порядок следования, условия видимости, формула ФЛК, ссылки на справочники вариантов ответов, множественность ответов, вариант ответа «Прочее», всплывающие подсказки и т.д.

3. Временной ряд

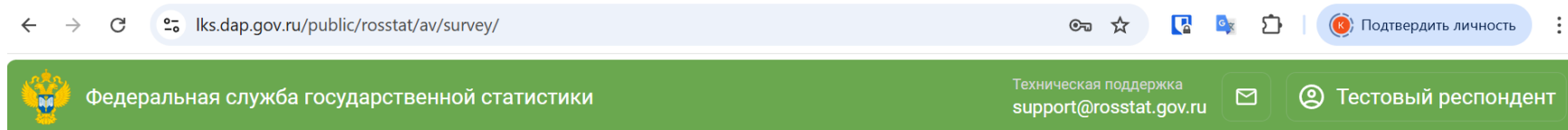
Создается и настраивается автоматически после настройки обследования и справочников

2. Справочники обследования

Справочники анкеты респондента, содержащие варианты ответов на вопросы
Общие справочники обследований

- Реестр обследований
- Справочник ТОГС
- Справочник сотрудников ТОГС
- Справочник счетных участков
- Справочник интервьюеров
- Справочник домохозяйств
- Справочник респондентов
- Ассоциатор обследование – интервьюер
- Ассоциатор обследование – интервьюер - домохозяйство

АДАПТИВНЫЙ ИНТЕРФЕЙС АНКЕТЫ



ВОПРОС № 1
Укажите Ваш пол

Выберите один вариант ответа.

Варианты ответов:

Мужской

Женский

Далее

< Вернуться в главное меню

Компьютер,
планшет



ВОПРОС № 1
Укажите Ваш пол

Выберите один вариант ответа.

Варианты ответов:

Мужской

Женский

Далее

< Вернуться в главное меню

Смартфон

ЛИЧНЫЙ КАБИНЕТ ИНТЕРВЬЮЕРА

ЛК Интервьюера

Техническая поддержка
support@rosstat.gov.ru

650100305_01

Домохозяйства

Домохозяйства

	<input type="checkbox"/>	Обследование	ID Домохозяйства	ID Домохозяйства по ОДБХ	Статус анкеты домохозяйства	Согласие домохозяйства на прохождение опроса	Контакты домохозяйства (телефон)	Ко
	<input type="checkbox"/>	Обследование						
▼	<input type="checkbox"/>	Обследование потребительских ожиданий населения						
>	<input type="checkbox"/>		hh_650100305_01	609	×	✓	9089043685	
>	<input type="checkbox"/>		hh_650100305_02	603	×	×		
>	<input type="checkbox"/>		hh_650100305_03	611	×	×		
>	<input type="checkbox"/>		hh_650100305_04	617	×	×		
>	<input type="checkbox"/>		hh_650100305_05	627	×	×		

- Список домохозяйств интервьюера, их статусы
- Реквизиты входа для передачи респонденту
- Анкета домохозяйства для заполнения интервьюером

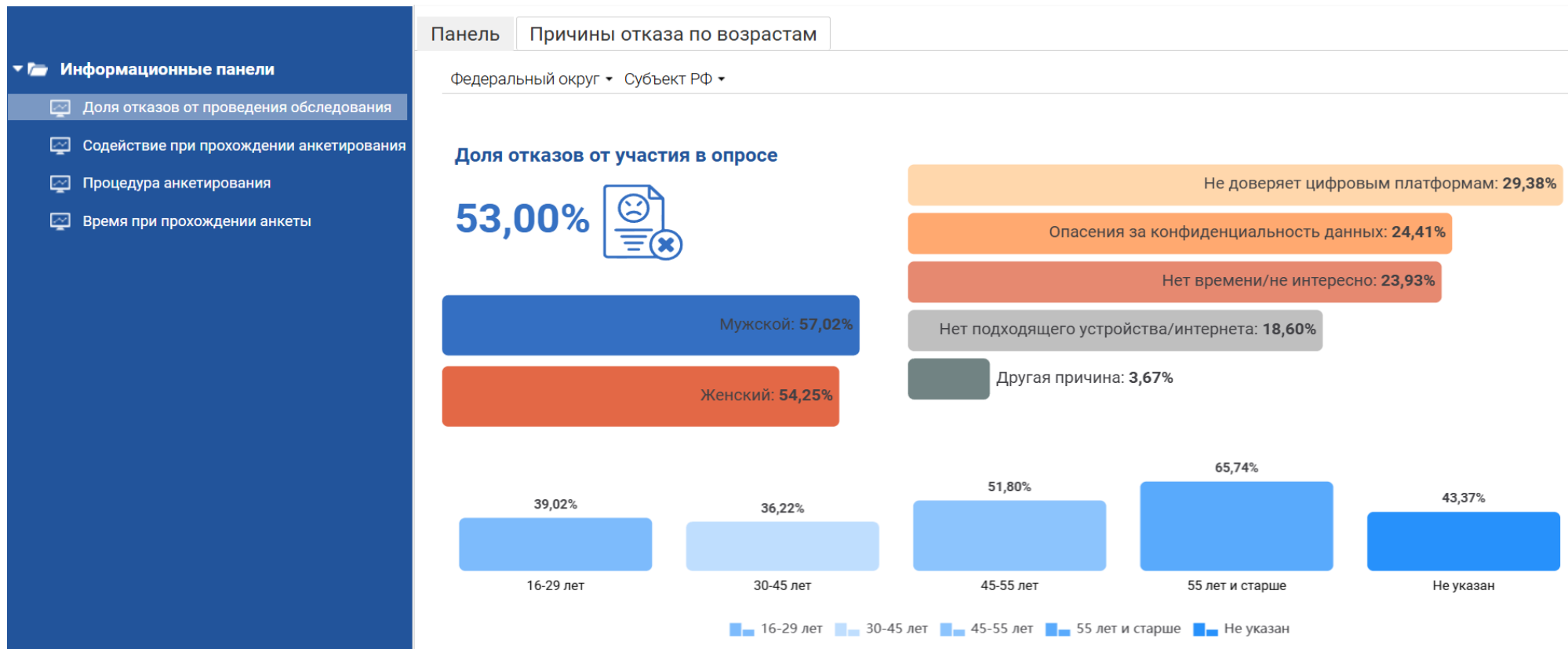
ЛИЧНЫЙ КАБИНЕТ СОТРУДНИКА ТОГС

ID Домохозяйства	ID Домохозяйства по ОДБХ	Согласие пройти опрос	Причина отказа	Опрос выполнен	Интервьюер	Счетный участок
hh_460100205_01	97946728000006	X		X	460100205_01	460100205_Московская область
hh_460100205_02	98046728000006	X		X	460100205_01	460100205_Московская область
hh_460100205_03		X		X	460100205_01	460100205_Московская область
hh_460100205_04		X		X	460100205_01	460100205_Московская область
hh_460100205_05		X		X	460100205_01	460100205_Московская область
hh_460100205_06		X		X	460100205_01	460100205_Московская область
hh_460100205_07		X		X	460100205_01	460100205_Московская область
hh_460100205_08		X		X	460100205_01	460100205_Московская область
hh_460100205_09		X		X	460100205_01	460100205_Московская область
hh_460100205_10		X		X	460100205_01	460100205_Московская область
hh_460100801_01	29846733000001	X		X	460100801_01	460100801_Московская область

- Список интервьюеров и их домохозяйств, статусы домохозяйств
- Реквизиты входа для передачи респонденту
- Анкета домохозяйства для заполнения за интервьюера
- Анкета интервьюера
- Мониторинг прохождения обследования

ПУБЛИКАЦИЯ - МОНИТОРИНГ

- Наглядное представление оперативных и итоговых показателей
- Многомерный интерактивный анализ данных



ВЫЯВЛЕНИЕ ПОДОЗРИТЕЛЬНЫХ АНКЕТ

1. Сохранение IP адреса и анализ его уникальности

→

Всего с неуникальных IP адресов полностью заполнено 200 анкет.
2. Настройка возможности проходить анкету дважды с одного IP адреса в том же браузере

→

Респонденты охотнее соглашались пройти анкету с устройства интервьюера.
В 100 анкетах только два одинаковых IP адреса при одинаковом счетном участке.
3. Анализ анкет с неуникальными IP адресами

→

В 100 анкетах совпадающих IP адресов больше двух и/или счетные участки разные, из них в 31 анкете одинаковые IP адреса при разных счетных участках.

2

**Апробация процесса сбора
данных при проведении выборочного обследования
потребительских ожиданий населения в режиме
электронного сбора данных**

ОСНОВНЫЕ ПОДХОДЫ К АПРОБАЦИИ

Основная цель

Оценка технических и организационных возможностей для проведения выборочного обследования потребительских ожиданий населения в режиме электронного сбора данных

1. Участие респондентов двух тестовых групп:
 - респонденты Росстата, ранее участвовавшие в обследовании бюджетов домашних хозяйств (ОБДХ)
 - участники Лонгитюдной системы РОМИР
2. Максимальная вариативность получения и предоставления доступа к прохождению опроса
3. Возможность участия респондентов и интервьюеров с любым уровнем цифровой грамотности

НАСТРОЙКА ФУНКЦИОНАЛЬНЫХ МОДУЛЕЙ



ГЕОГРАФИЯ АПРОБАЦИИ

Сроки проведения анкетирования

РОССТАТ 8-17 сентября

РОМИР 17-19 сентября

■ Прошли анкету

1 767 чел.

■ Приглашено

2 953 чел.



60% Уровень отклика
(response rate)

ЦФО

Тверская область

РОССТАТ 7 (58)

РОМИР 24 (34)

Москва и Мособласть

РОССТАТ 21 (59)

РОМИР 166 (214)

Ярославская область

РОМИР 41 (53)

СЗФО

Санкт-Петербург

РОМИР 90 (104)

ПФО

Нижегородская область

РОССТАТ 87 (125)

РОМИР 59 (145)

Республика Башкортостан

РОССТАТ 20 (66)

РОМИР 37 (47)

Саратовская область

РОССТАТ 39 (130)

РОМИР 39 (44)

Оренбургская область

РОССТАТ 29 (63)

РОМИР 44 (48)

Самарская область

РОССТАТ 68 (77)

РОМИР 74 (95)

Республика Татарстан

РОССТАТ 52 (68)

РОМИР 88 (115)

ЮФО

Волгоградская область

РОССТАТ 58 (135)

РОМИР 72 (81)

Краснодарский край

РОССТАТ 47 (65)

РОМИР 54 (69)

Ростовская область

РОССТАТ 87 (140)

РОМИР 59 (74)

Ставропольский край

РОССТАТ 55 (115)

РОМИР 47 (63)

УФО

Пермский край

РОМИР 15 (28)

Свердловская область

РОССТАТ 50 (153)

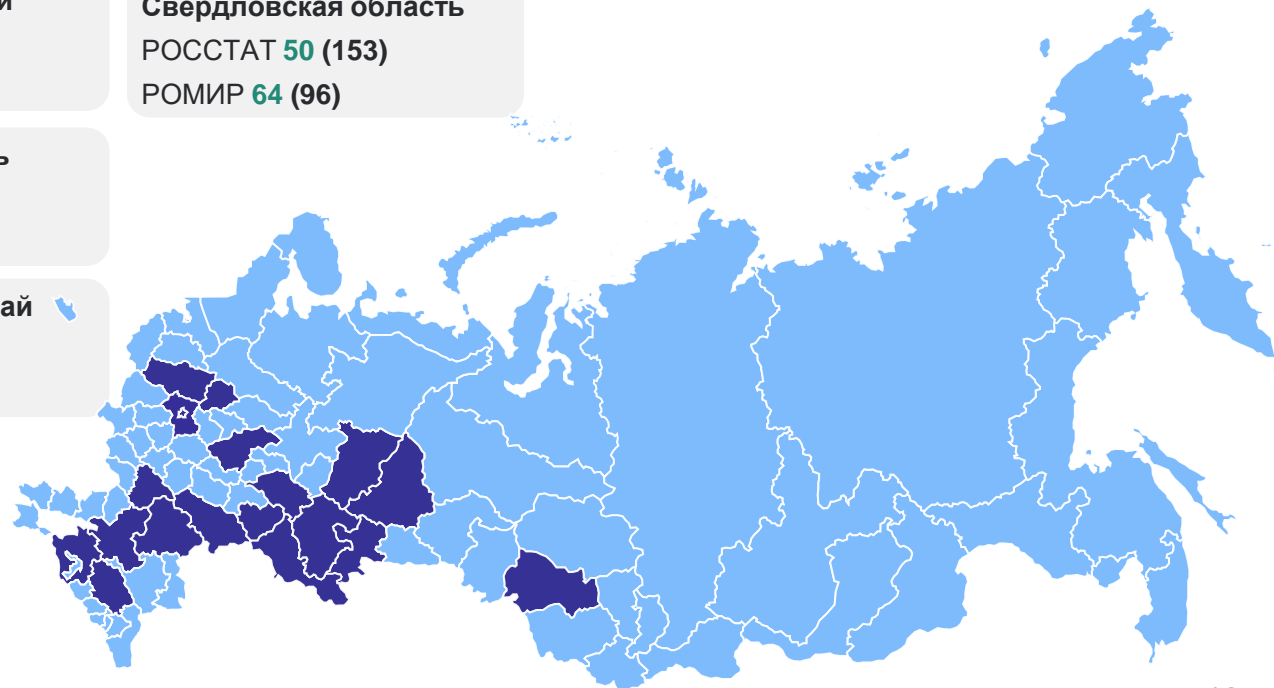
РОМИР 64 (96)

СФО

Новосибирская область

РОССТАТ 30 (65)

РОМИР 51 (62)




УЧАСТИЕ ИНТЕРВЬЮЕРОВ

Приглашено к участию

216 интервьюеров



 211 чел.

 5 чел.

 согласились

 отказались

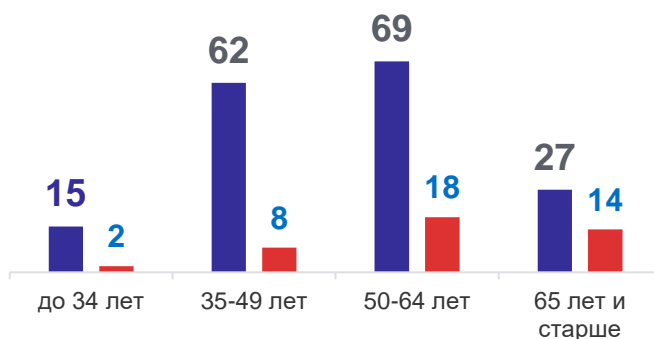
173

человека



43

человека



Основные задачи интервьюеров в рамках пилота

- Рекрутировать домохозяйство для участия в обследовании потребительских ожиданий в режиме WEB-опроса
- Передать реквизиты для доступа к опросу (карточка домохозяйства) – в электронном или бумажном виде
- Оказать содействие при получении доступа, в процессе прохождения опроса, помочь с решением технических и прочих проблем
- Заполнить отчет о посещении домохозяйства в электронном виде (самостоятельно или при помощи ТОГС)

Реквизиты для входа в обследование

Выборочное обследование потребительских ожиданий населения

Карточка домохозяйства

Идентификатор домохозяйства
hh_030100103_01

Реквизиты для быстрого входа

Индивидуальная ссылка
<https://lks.dap.gov.ru/public/rosstat/av/survey?enter=42ildyr6>

QR код

Реквизиты для самостоятельного входа

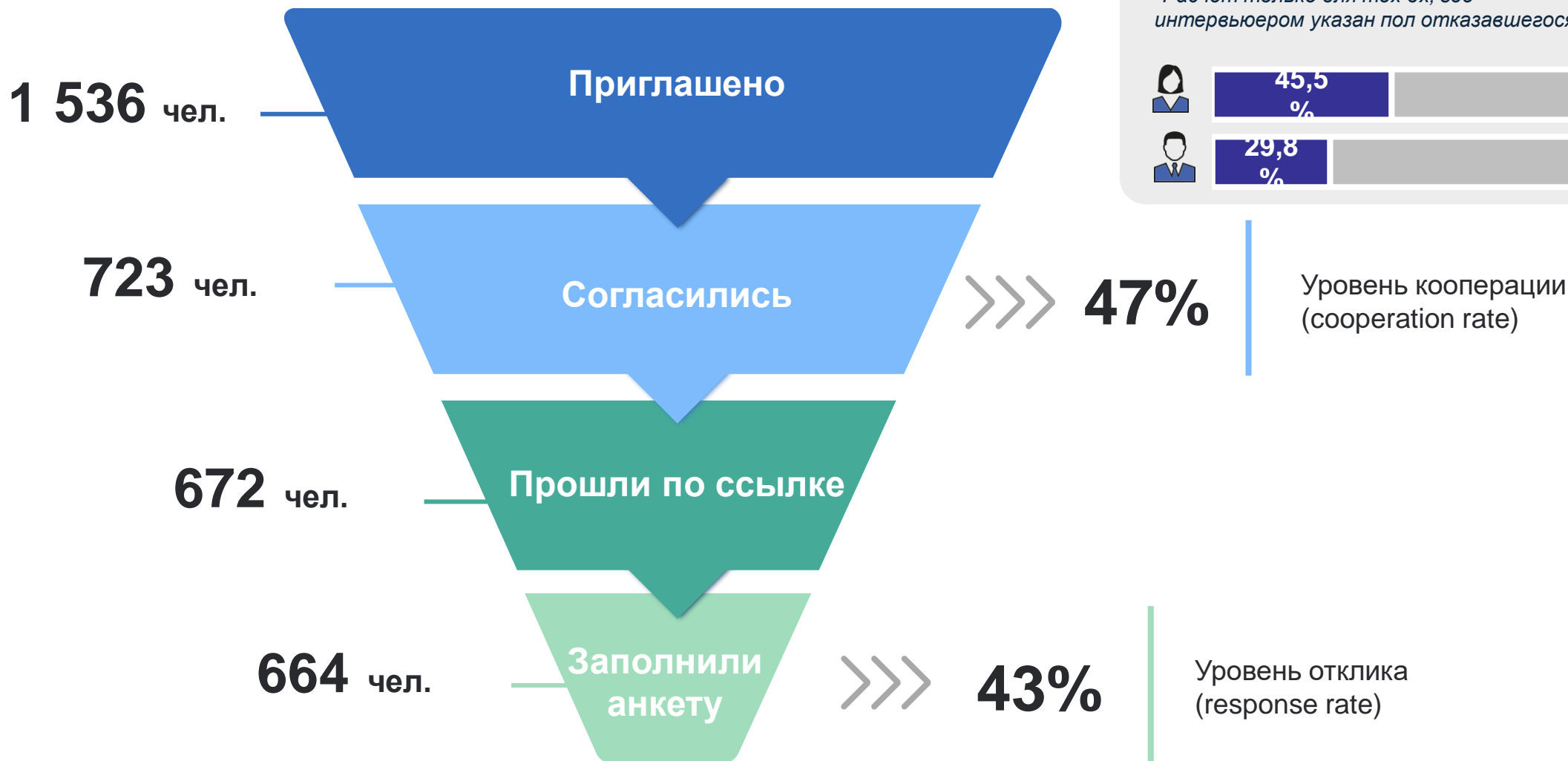
Сайт обследования
<https://lks.dap.gov.ru/public/rosstat/av/survey/>

Логин
hh_030100103_01

Пароль (можно поменять на сайте)
42ildyr6

Заккрыть Скачать

ПОКАЗАТЕЛИ ОТКЛИКА

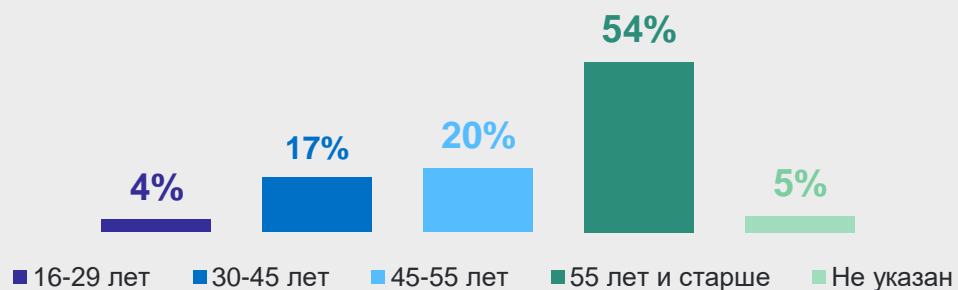


ПРИЧИНЫ ОТКАЗА РЕСПОНДЕНТОВ ОТ УЧАСТИЯ

Основные причины отказа



Доля отказов в разных возрастных группах



Распределение основных причин отказа по возрастным группам



ВЛИЯНИЕ ПРИСУТСТВИЯ ИНТЕРВЬЮЕРА

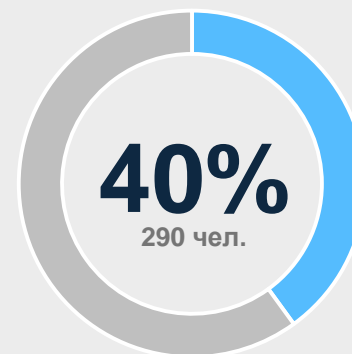
Отложенное участие снижает вовлеченность

Приступили к опросу во время визита интервьюера



94,2%
Заполнили анкету

НЕ приступили к опросу во время визита интервьюера



84,1%
Заполнили анкету

ВЛИЯНИЕ ПОВТОРНОГО КОНТАКТА

Не было повторного
контакта



92,8% Заполнили анкету

Был повторный
контакт



75,9% Заполнили анкету

Ответить на вопрос по анкете 14%

Техническая помощь 35%

Напомнить об опросе 49%

81,3%
Заполнили анкету

97,5%
Заполнили анкету

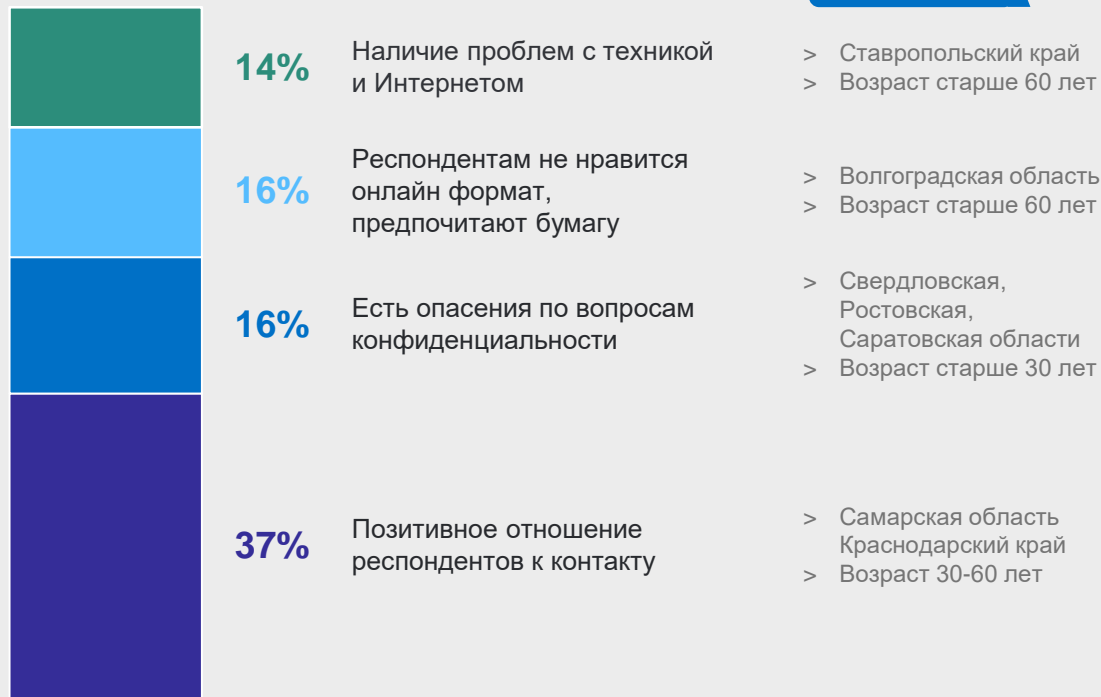
57,9%
Заполнили анкету

Запрос от респондента

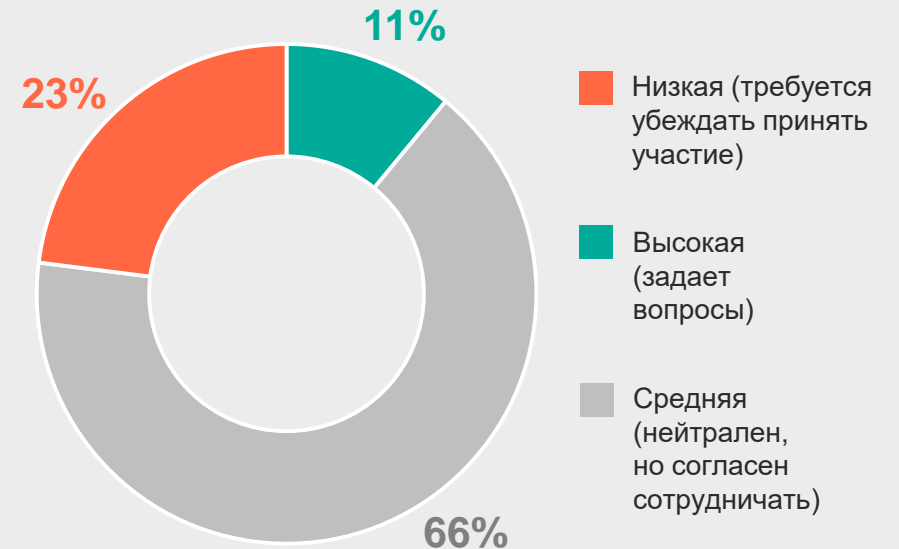
Запрос от интервьюера

ОБРАТНАЯ СВЯЗЬ: ИНТЕРВЬЮЕРЫ

Распределение ответов интервьюеров на открытый вопрос «Общие комментарии по визиту, отношению респондента, техническим проблемам, предложения по улучшению процесса», %

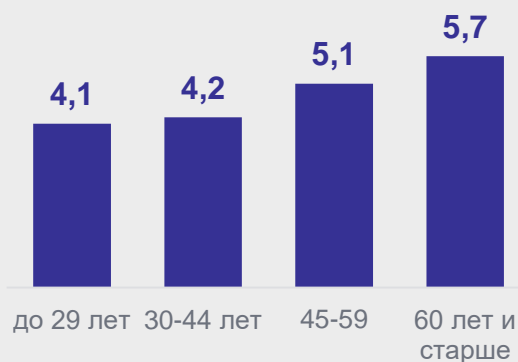


Распределение оценок вовлеченности респондентов по мнению интервьюеров, %



ОБРАТНАЯ СВЯЗЬ: РЕСПОНДЕНТЫ

Медианная длительность заполнения анкеты, мин



Доля завершивших опрос в день начала опроса, %

94,3%

Недовольство форматом

20%

Негативные эмоции

[ЗНАЧЕНИЕ]

Вопросы к содержанию анкеты

14%

Нейтральные оценки

24%

Позитивные эмоции

16%

Поддержка формата

10%

Оценка важности обследования

5%

«Неудобно на телефоне»

«Боюсь мошенников»

«Не доверяю ссылкам»

«Мелкий шрифт»

«Плохо, что нельзя вернуться к предыдущему вопросу»

«Бесполезный опрос»

«И так все плохо»

«Считаю, что не влияет на реальную жизнь»

«Сложно представить состояние экономики»

«Будущее невозможно предугадать»

«Вопросы индивидуального характера»

«Опрос как опрос»

«Нормально»

«Обычный опрос»

«Все понравилось»

«Понравилось, что вопросы актуальные»

«Понравился интерфейс»

«Очень удобный»

«Лучше онлайн, чем на бумаге»

«Удобно»

«Не занимает много времени»

«Надеюсь, что поможет с ценами»

«Рада внести свой вклад в обследование»

«Считаю опрос эффективным для улучшения экономики страны»

ПРЕДПОЧТЕНИЯ РЕСПОНДЕНТОВ

77,8% Доля взявших контакты интервьюера



76,6%



81,0%



11,4% Доля предоставивших контакты интервьюеру



11,0%

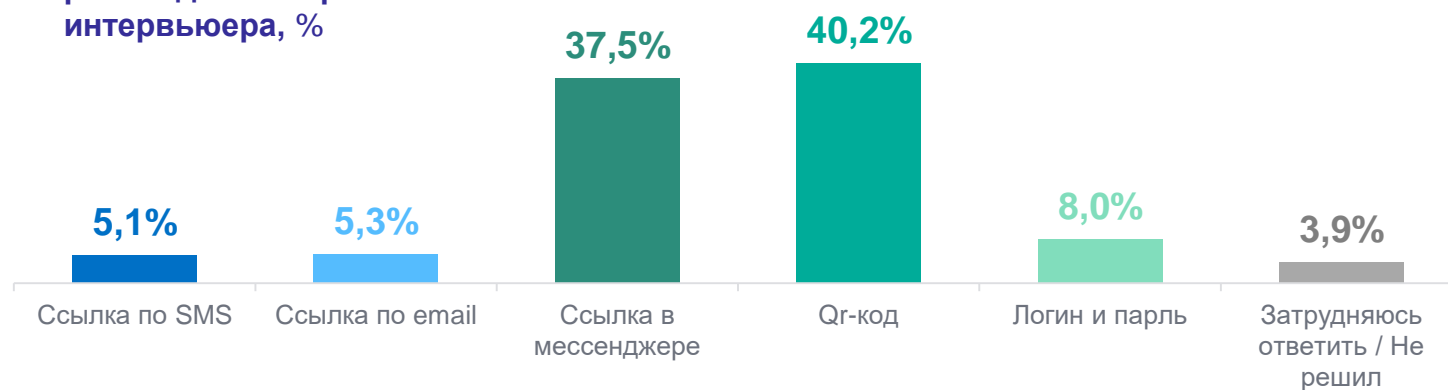


8,1%



Все предложенные способы доступа к опросу оказались востребованы со стороны респондентов

Предпочтительный способ входа, озвученный респондентом при визите интервьюера, %



БЛАГОДАРИМ ЗА ВНИМАНИЕ