

Рекомендации по составлению выборки респондентов для проведения опросов

в субъектах Российской Федерации¹

При проведении опросов населения и представителей субъектов предприятий деятельности субъекта Российской Федерации необходимо составить выборочную совокупность респондентов таким образом, чтобы максимально обеспечить ее репрезентативность и получить наиболее достоверные (несмещенные) результаты. Предлагаемые ниже рекомендации можно разделить на две части:

- определение типа выборки;
- определение размера выборочной совокупности.

1. Определение типа выборки

Обеспечение случайного отбора респондентов, в котором каждый участник опроса имеет определенную (в случае простой случайной выборки — равную) вероятность попадания в выборочную совокупность, является довольно сложной и затратной процедурой. В качестве альтернативы можно использовать подход формирования случайной выборки. При этом для повышения результативности опроса необходимо обеспечить соответствие результатов выборки характеристикам генеральной совокупности.

Для проведения опроса как населения, так и представителей субъектов предпринимательства в регионе в рамках проведения мониторинга состояния и развития конкурентной среды на рынках товаров и услуг рекомендуется использовать квотные выборки. Формирование квотной выборки основано на том, что исследователь знает пропорции респондентов по присущим им характеристикам, которые необходимо соблюсти при проведении опроса². В качестве целевых характеристик могут использоваться пол, возраст респондентов, их социальный статус, регион проживания, тип места жительства.

1.1. Формирование выборки для опроса населения

Ввиду сложности обеспечения репрезентативности выборки по всем характеристикам предлагаем соблюсти две из них. При проведении опроса населения целесообразно разделять выборочную совокупность на квоты в соответствии с распределением постоянного населения субъекта Российской Федерации по муниципальным районам (городам, городским округам), а также распределением населения в соответствии с его социальным статусом (работавший, безработный,

¹ Рекомендации подготовлены Аналитическим центром при Правительстве Российской Федерации при взаимодействии с экспертами Всемирного банка.

² Чурков А. Случайные и неслучайные выборки в социологических исследованиях // Социальная реальность. 2007. № 4. С. 89–109. Интернет-ресурс: <http://corp.tom.ru/uploads/social/post-256.pdf>.

студент/ учащийся, пенсионер). Такое разделение позволит определить, на каком уровне существует конкретная проблема, выявленная потребителями (на муниципальном или региональном), а также выделить целевые группы потребителей, на которых ориентированы рынки, требующие содействия развитию конкуренции. Впоследствии это позволит более четко и направленно сформулировать мероприятия по содействию развитию конкуренции, которые будут включены в соответствующую «дорожную карту» региона.

Рекомендуется сохранять пропорции населения в выборке, рассчитываемые в соответствии с подходом, представленным в таблице 1.

Таблица 1. Распределение населения региона по группам для обеспечения максимально возможного уровня репрезентативности в выборке

Муниципальный район (город, городской округ)	Доли населения районов (города, городского округа) региона в выборке, в %	Из них:			
		доля работающих, в %	доля безработных, в %	доля студентов/ учащихся, в %	доля пенсионеров, в %
Муниципальный район №1	доля постоянного населения, проживающего на территории муниципального района №1, в общем числе постоянного населения субъекта Российской Федерации, в %	доля работающего населения в общем числе постоянного населения муниципального района №1, в %	доля безработных в общем числе постоянного населения муниципального района №1, в %	доля студентов/ учащихся в общем числе постоянного населения муниципального района №1, в %	доля пенсионеров в общем числе постоянного населения муниципального района №1, в %
Муниципальный район №2	доля постоянного населения, проживающего на территории муниципального района №2, в общем числе постоянного населения субъекта Российской Федерации, в %	доля работающего населения в общем числе постоянного населения муниципального района №2, в %	доля безработных в общем числе постоянного населения муниципального района №2, в %	доля студентов/ учащихся в общем числе постоянного населения муниципального района №2, в %	доля пенсионеров в общем числе постоянного населения муниципального района №2, в %
Муниципальный район №3	доля постоянного населения, проживающего на территории муниципального района №3, в общем числе постоянного населения субъекта Российской Федерации, в %	доля работающего населения в общем числе постоянного населения муниципального района №3, в %	доля безработных в общем числе постоянного населения муниципального района №3, в %	доля студентов/ учащихся в общем числе постоянного населения муниципального района №3, в %	доля пенсионеров в общем числе постоянного населения муниципального района №3, в %
и т.д.	и т.д.	и т.д.	и т.д.	и т.д.	и т.д.

1.2. Формирование выборки для опроса субъектов предпринимательства

Что касается выделения квот субъектов предпринимательства анализируемого региона, рекомендуется применять распределение предприятий по видам экономической деятельности на основе распределения всех хозяйствующих субъектов в регионе (генеральная совокупность в данном случае), а также по категориям бизнеса по размеру в соответствии с величиной годового оборота компаний.³ Во-первых, такой подход поможет обеспечить максимальную возможную репрезентативность используемой выборки. Во-вторых, он позволит сфокусироваться на отдельных видах экономической деятельности, охватываемых рынками товаров и услуг, на которых существуют проблемы ограничения конкуренции, что поможет уточнить направленность мероприятий по содействию развитию конкуренции в регионе. Распределение субъектов предпринимательской деятельности по размеру бизнеса позволит определить, какие именно категории больше всего затронуты ограничением конкуренции и недобросовестной конкуренцией. Рекомендуется сохранять пропорции опрашиваемых представителей субъектов хозяйственной деятельности по видам экономической деятельности и по категориям бизнеса, рассчитываемые с использованием подхода, представленного в таблице 2. При этом при выделении видов деятельности рекомендуется ориентироваться на укрупненные группы видов экономической деятельности в соответствии с Общероссийским классификатором видов экономической деятельности (ОКВЭД).

Кроме того, необходимо отметить, что в выборку опрашиваемых предпринимателей целесообразно включать не только предпринимателей, реализующих конечную продукцию (товары, работы, услуги) потребителям, но и предпринимателей, реализующих промежуточную продукцию, используемую в процессе производства продукции для конечных потребителей (отношения B2B).

³ В соответствии с Постановлением Правительства Российской Федерации от 13 июля 2015 г. №702 «О предельных значениях выручки от реализации товаров (работ, услуг) для каждой категории субъектов малого и среднего предпринимательства»: микропредприятия – бизнес с оборотом до 120 млн рублей, малый бизнес – с оборотом от 120 до 800 млн рублей, средний бизнес – с оборотом от 800 до 2000 млн рублей, крупный бизнес – с оборотом более 2000 млн рублей.

Таблица 2. Распределение субъектов предпринимательства субъекта Российской Федерации в выборочной совокупности

Вид экономической деятельности	Доля, в %	из них:			
		доля микропред- приятий, в %	доля малого бизнеса, в %	доля среднего бизнеса, в %	доля крупного бизнеса, в %
Сельское хозяйство, охота и лесное хозяйство	доля субъектов предпринимательства, осуществляющих свою деятельность в сфере сельского хозяйства, охоты и лесного хозяйства, в общем числе субъектов предпринимательства, осуществляющих свою деятельность на рынках товаров и услуг субъекта Российской Федерации, в %	доля микропредприятий в общем числе субъектов предпринимательства, осуществляющих свою деятельность в сфере сельского хозяйства, охоты и лесного хозяйства на рынках товаров и услуг субъекта Российской Федерации, в %	доля малого бизнеса в общем числе субъектов предпринимательства, осуществляющих свою деятельность в сфере сельского хозяйства, охоты и лесного хозяйства на рынках товаров и услуг субъекта Российской Федерации, в %	доля среднего бизнеса в общем числе субъектов предпринимательства, осуществляющих свою деятельность в сфере сельского хозяйства, охоты и лесного хозяйства на рынках товаров и услуг субъекта Российской Федерации, в %	доля крупного бизнеса в общем числе субъектов предпринимательства, осуществляющих свою деятельность в сфере сельского хозяйства, охоты и лесного хозяйства на рынках товаров и услуг субъекта Российской Федерации, в %
Рыболовство, рыбоводство	доля субъектов предпринимательства, осуществляющих свою деятельность в сфере рыболовства и рыбоводства, в общем числе субъектов предпринимательства, осуществляющих свою деятельность на рынках товаров и услуг субъекта Российской Федерации, в %	доля микропредприятий в общем числе субъектов предпринимательства, осуществляющих свою деятельность в сфере рыболовства и рыбоводства на рынках товаров и услуг субъекта Российской Федерации, в %	доля малого бизнеса в общем числе субъектов предпринимательства, осуществляющих свою деятельность в сфере рыболовства и рыбоводства на рынках товаров и услуг субъекта Российской Федерации, в %	доля среднего бизнеса в общем числе субъектов предпринимательства, осуществляющих свою деятельность в сфере рыболовства и рыбоводства на рынках товаров и услуг субъекта Российской Федерации, в %	доля крупного бизнеса в общем числе субъектов предпринимательства, осуществляющих свою деятельность в сфере рыболовства и рыбоводства на рынках товаров и услуг субъекта Российской Федерации, в %

АНАЛИТИЧЕСКИЙ ЦЕНТР ПРИ ПРАВИТЕЛЬСТВЕ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Добыча топливно- энергетических полезных ископаемых	доля субъектов предпринимательства, осуществляющих свою деятельность в сфере добычи топливно-энергетических полезных ископаемых, в общем числе субъектов предпринимательства, в осуществляющих свою деятельность на рынках товаров и услуг субъекта Российской Федерации, в %	доля микропредприятий в общем числе субъектов предпринимательства, осуществляющих свою деятельность в сфере добычи топливно- энергетических полезных ископаемых на рынках товаров и услуг субъекта Российской Федерации, в %	доля малого бизнеса в общем числе субъектов предпринимательства, осуществляющих свою деятельность в сфере добычи топливно- энергетических полезных ископаемых на рынках товаров и услуг субъекта Российской Федерации, в %	доля среднего бизнеса в общем числе субъектов предпринимательства, осуществляющих свою деятельность в сфере добычи топливно- энергетических полезных ископаемых на рынках товаров и услуг субъекта Российской Федерации, в %	доля крупного бизнеса в общем числе субъектов предпринимательства, осуществляющих свою деятельность в сфере добычи топливно- энергетических полезных ископаемых на рынках товаров и услуг субъекта Российской Федерации, в %
и т.д. ...	и т.д. ...	и т.д. ...	и т.д. ...	и т.д. ...	и т.д. ...

2. Определение размера выборочной совокупности

Предлагаем использовать следующий подход к определению объема выборки: При массовых опросах, для которых объем генеральной совокупности превышает 5000 человек (или 5000 предприятий), объем выборочной совокупности определяется как 10% размера генеральной совокупности, но не более 2000–2500 респондентов. В связи с этим при проведении опросов в регионах рекомендуется формировать выборочные совокупности в соответствии с требованиями к объему выборок, представленными в таблице 3.

Отметим, что ввиду сложности обеспечения опроса большого количества жителей и представителей бизнеса, по опыту ранее проведенных опросов субъектов Российской Федерации численность опрошенных потребителей в регионе может составлять не менее 1000 человек, представителей бизнеса — от 300 респондентов.

Таблица 3. Расчеты объемов выборочной совокупности для проводимых опросов

Опрашиваемые	Размер генеральной совокупности	10% генеральной совокупности	Объем результирующей выборки
Население субъекта Российской Федерации (потребители товаров и услуг), человек	X = численность постоянного населения субъекта Российской Федерации, человек	$0,1 \cdot X$	Если $0,1 \cdot X > 2500$, то объем результирующей выборки равен 2500, в противном случае объем результирующей выборки равен $0,1 \cdot X$
Представители субъектов предпринимательской деятельности субъекта Российской Федерации, единиц	Y = количество субъектов предпринимательской деятельности субъекта Российской Федерации, единиц	$0,1 \cdot Y$	Если $0,1 \cdot Y > 2500$, то объем результирующей выборки равен 2500, в противном случае объем результирующей выборки равен $0,1 \cdot Y$