

ПРЕОДОЛЕНИЕ КРИЗИСА ЧЕЛОВЕКОЗНАНИЯ

Лонгитюд и нормализация опросов.



Изменение структуры общества

Пол/возраст/
продолжительность
жизни

Нарастающее расслоение

Золотой
Миллиард/
Платиновый миллион

Глобализация Информации

Масса информации/
окончание вакуума
общения

- Общество сегодняшнего дня столкнулось с невиданным ранее количеством трансформаций за достаточно короткий период
- Классические социологические методы и инструменты (опросы, фокус-группы) переживают системный кризис.
- Необходимы новые подходы и инструменты для мониторинга и анализа поведения человека и общества в целом.

ОПРОСЫ



ОПРОСНЫЕ МЕТОДИКИ ИЗУЧЕНИЯ

Оптимизация опросных техник увеличила скорость, снизила стоимость, но привела к резкому снижению качества

1

Личные интервью (CAPI)

Метод личных интервью основан на непосредственном контакте интервьюера с респондентом. Личное общение позволяет не только отвечать на сложные вопросы анкеты, но и применять наглядные материалы (карточки, фотографии, упаковки, логотипы).

Долго/ дорого

2

Онлайн исследования (CAWI)

Онлайн опросы и тесты проводятся с помощью технологии CAWI (Computer Assisted Web Interview). Онлайн-исследования предоставляют возможность при оптимальных затратах быстро провести практически все виды традиционных исследований, а также использовать новые и нестандартные методики.

Иллюзия технологичности/
потеря репрезентативности

3

Опрос по телефону (CATI)

При проведении телефонных опросов используется технология CATI (Computer Assisted Telephone Interviewing), позволяющая проводить телефонные интервью под контролем централизованной компьютерной системы.

Потеря репрезентативности

ОШИБКИ СОЦИОЛОГОВ ПРИ ПРОВЕДЕНИИ ОПРОСОВ ВО ВРЕМЯ ВЫБОРОВ ПРЕЗИДЕНТА США В 2012 ГОДУ И BREXIT В 2016

ВЫБОРЫ ПРЕЗИДЕНТА

Компания, проводившая опрос	% респ. проголос. за М.Ромни	% респ. проголос. за Б.Обаму	Способ проведения опроса
Результат голосования	47,2%	51,1%	N / A
Gallup	54,4%	43,9%	Live Phone
Mason-Dixon	52,6%	45,7%	Live Phone
American Research Group	51,7%	46,6%	Live Phone
Rasmussen Reports	51,4%	46,9%	Robodial
Washington Post / ABC News	50,0%	48,3%	Live Phone
Public Policy Polling	49,9%	48,4%	Robodial
YouGov	49,8%	48,8%	Internet
Survey USA	49,4%	48,9%	Robodial
CNN / Opinion Research	49,1%	49,2%	Live Phone
Ipsos / Reuters (online)	49,1%	49,2%	Internet
Google Consumer Surveys	48,8%	49,5%	Internet
RAND Corporation	49,3%	52,9%	Internet

Источник – <https://fivethirtyeight.com>

BREXIT

Компания, проводившая опрос	% респ. проголос. за BREXIT	Способ проведения опроса
Результат референдума	51,9%	N / A
Ipsos MORI	46%	Phone
YouGov	48%	Online
Populus	45%	Online
ComRes	46%	Phone
TNS	43%	Online
Survation / IG Group	44%	Phone
ORB Telegraph	46%	Phone
NATCEN	47%	Phone
Opinium	44%	Online
BMG Research	43%	Phone
ICM	50%	Phone

Источник – <https://en.wikipedia.org>

ОЦЕНКИ ПАРАМЕТРОВ

Невероятные выборки дают смещенные оценки некоторых параметров

СОВПАДАЮТ	Данные национальных обследований	Ривер Семплинг (CAWI)	Случайная телефонная выборка (CATI)	РАСХОДЯТСЯ
Ежедневное чтение новостей	52%	54%	49%	↑
Воскресное чтение новостей	60%	63%	55%	
↓	64%	66%	78%	Участие в выборах президента
	30%	43%	39%	Есть действующий паспорт
Путешествовал за границу в прошлом году	10%	16%	13%	↓
Участник авиационной бонусной программы	28%	29%	23%	
↓	76%	71%	53%	Пользователь купонов
	22%	34%	20%	Курильщик
Левша	11%	9%	10%	↓
↓	35%	53%	39%	
	↓	2%	6%	2%
Есть HDTV		28%	31%	23%
Владелец гибридного автомобиля	2%	2%	1%	

Источник – Texas-based DMS Research

BIG DATA



ИСТОЧНИКИ ВНЕШНИХ ДАННЫХ. БОЛЬШИЕ ДАННЫЕ

ТИПЫ ДАННЫХ



Данные государства

Данные о доходах, имуществе, налогах и пр



Базы данных ритейлеров и ОФД

Данные о покупках



Операторы мобильной связи

Данные о коммуникациях, перемещениях, медиапотреблении



Интернет-сервисы и соцсети

Данные о медиапотреблении, коммуникациях, покупках в он-лайне



Операторы цифрового ТВ

Данные о медиапотреблении



Финансовые институты и банки

Данные о движении денег

ОГРАНИЧЕНИЯ

Низкий уровень структурированности

Слабая привязка к покупателю;
Нет детализации по профилю;
Нет наличных платежей;
Слабая идентификация глубины чека.

Мало информации по покупательскому поведению;
Нет детализации по профилю;
Ограничения по работе с персональными данными.

Нет информации по покупательскому поведению;
Низкая детализация по профилю;
Ограничения по работе с персональными данными.

Нет информации по покупательскому поведению;
Низкая детализация по профилю

Нет наличных платежей;
Нет глубины покупок;
Нет B2B сегмента;
Ограничения по работе с персональными данными.

ESOMAR 2023: КУДА ИДЕТ ИНДУСТРИЯ?

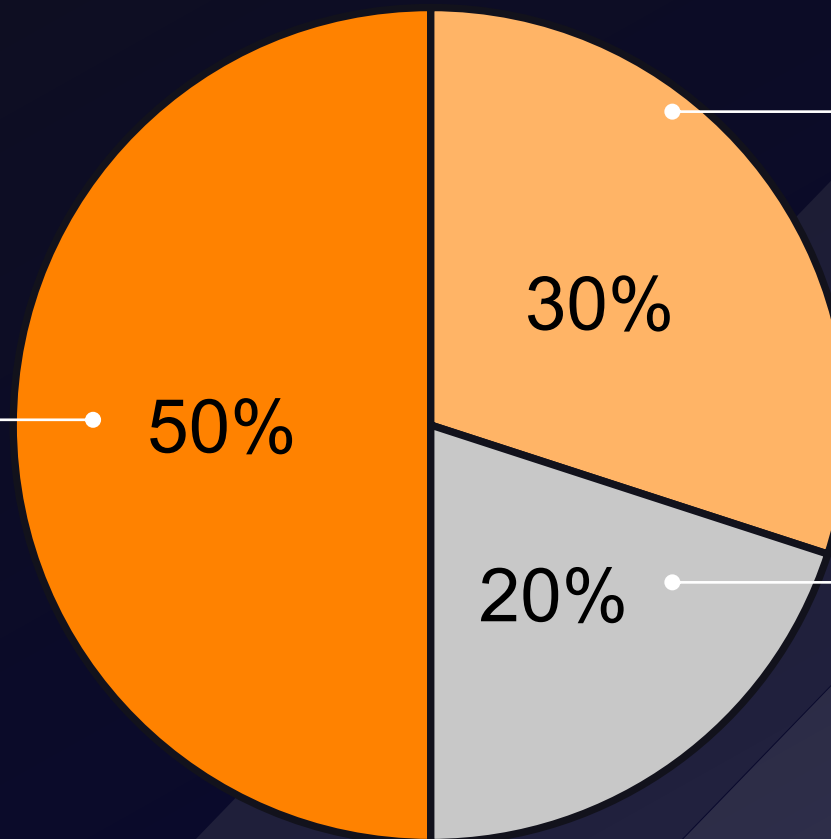
ESOMAR Global Top-50 Insights Companies	Компания	Штаб-квартира	Оборот компании (млрд. долл.)	2022	2019
Industry Reports and Research (and Digital Data Analytics) (MarTech))	GARTNER	Stamford, Connecticut, USA	5,5	1	2
Established Market Research (and Digital Data Analytics) (MarTech))	IQVIA	Durham, North Carolina, USA	5,4	2	3
Digital Data Analytics (EFM (Enterprise Feedback Management) and Social Listening and Communities)	SALESFORCE	San Francisco, California, USA	4,5	3	6
Digital Data Analytics (and EFM (Enterprise Feedback Management))	ADOBE	San Jose, California, USA	4,4	4	4
Established Market Research (Social Listening and Communities and Digital Data Analytics) (MarTech))	NIELSEN	New York, USA	3,6	5	1
Established Market Research (Sample Panel Provides and Self-service Platforms)	KANTAR	London, UK	2,7	6	5
Established Market Research (and Digital Data Analytics) (MarTech))	IPSOS	Paris, France	2,5	7	7
Established Market Research	CIRCANA	Chicago, Illinois, USA	2,2	8	ОСНОВАНА В 2022
Industry Reports and Research	COSTAR GROUP	Washington, DC, USA	2,2	9	10
Industry reports and Research (and Digital Data Analytics) (MarTech))	IHS MARKIT	London, UK	2,0	10	8

РИТЕЙЛ АУДИТ



РЫНОК РИТЕЙЛ АУДИТА В РОССИИ

Рынок информации в сфере торговли монополизирован продуктом – Ритейл аудит
 По итогам 2021 рынок ритейл аудита в России составляет 10 млрд. руб.



ПРОДОВОЛЬСТВЕННЫЕ ТОВАРЫ
 Товары повседневного спроса
 Ритейл

nielsen США

ФАРМА
 Фармацевтические препараты

IQVIA США

НЕПРОДОВОЛЬСТВЕННЫЕ ТОВАРЫ
 Техника

GfK Германия, акционер – американский фонд KKR

РЕШЕНИЯ

МЕТОДЫ НОРМАЛИЗАЦИИ

Все методы нормализации невероятностных выборок требуют образца

Многомерное взвешивание

Апостериорное взвешивание наблюдений в невероятностной выборке по **вспомогательным переменным**, для приведения в соответствие с известным распределением генеральной совокупности по этим переменным.

Оценка и корректировка вероятности по референтной выборке

Балансировка невероятностной выборки по вероятности попадания в выборку с использованием **вспомогательных переменных** и данных референтной вероятностной выборки меньшего размера, содержащей только вспомогательные переменные.

Многомерный метчинг с референтной выборкой

Балансировка путем нахождения для каждого респондента референтной вероятностной выборки меньшего размера, содержащей только **вспомогательные переменные** соответствующего респондента из невероятностной выборки.

Линейная регрессия по отклонениям параметров

Оценки параметров получаются путем построения модели линейной регрессии, где в качестве независимых переменных выступают отклонения выборочных оценок **вспомогательных переменных** от их истинных значений в генеральной совокупности.

Вспомогательные переменные интерконнекторы

- Должны быть связаны с ключевыми переменными, представляющими интерес исследования.
- Должны быть связаны с вероятностью попасть в выборку.

ИСТОРИЯ ЛОНГИТЮДНОЙ СИСТЕМЫ

ЧЕЛОВЕК КАК ПРЕДМЕТ ПОЗНАНИЯ

Борис Геннадьевич Ананьев первым в России предложил программу комплексных исследований на основе лонгитюдного метода и начал изучать поведение индивида – непрерывно и комплексно. Именно он начал рассматривать человека как предмет познания.



ТАГАНРОГСКИЙ ЭКСПЕРИМЕНТ

Таганрогский эксперимент - это уникальное исследование в типологическом городе, где впервые взяли семью как единицу измерения в социологии.

Таганрогский эксперимент – это многолетнее комплексное лонгитюдное исследование, аналога которого нет ни в нашей стране, ни в мире. Эксперимент проводился в несколько этапов:

«Таганрог-I» (1968—1969) — реакция после «хрущевской оттепели»;

«Таганрог-II» (1978—1979) — расцвет брежневского «застоя»;

«Таганрог-III» (1988—1989) — зенит горбачевской «перестройки»;

«Таганрог-III 1/2» (1993—1994) — «шок» ельцинско-гайдаровских реформ.

«Таганрог-IV» (1998—2000) — женщина, мужчина, семья в России: последняя треть XX века.

«Таганрог-V» (2014—2016) — динамика трансформаций социально-экономических процессов.

На протяжении проекта выявили два подхода к поведению потребителей, основанных на изучении потребностей:

1. *Нормативный* — сводится к абстрактной концепции физиологических, психологических, гигиенических и прочих потребностей.

2. *Статистический* — основан на постулате, согласно которому потребители оптимизируют своё поведение в зависимости от собственных потребностей.

ОПРЕДЕЛЕНИЕ ЛОНГИТЮДНОГО ИССЛЕДОВАНИЯ

Лонгитюдное исследование — научный метод, применяемый, в частности, в социологии и психологии, в котором изучается одна и та же группа объектов (в психологии — людей) в течение длительного периода времени, за который эти объекты успевают существенным образом поменять какие-либо свои значимые признаки. В самом широком смысле является синонимом панельного исследования, а в более узком — выборочным панельным исследованием любой возрастной или образовательной когорты в период от момента получения среднего образования до достижения возраста 28 — 30 лет.

Лонгитюдное исследование — это социально-измерительная система, основанная на непрерывном сборе данных о поведении одной группы лиц, представляющей репрезентативное население страны. Демонстрирует модель общества в динамическом развитии с учетом всех его особенностей и сегментаций по социально-демографическим характеристикам, стилю жизни, ценностям и другим критериям.

Первичная ячейка общества — семья, индивид или группа, объединенная по нескольким признакам (бюджет, совместное принятие решений и др.).

ПРЕИМУЩЕСТВА ЛОНГИТЮДНОГО МЕТОДА

- 1** Возможность наблюдать за развитием во времени одних и тех же объектов или людей, точно описывать происходящие в их жизни перемены, включая изменения ценностных ориентаций, взглядов, мотивов и пр.
- 2** Фактор последовательности изменений изучается непосредственно на основе данных, собранных до и после изменений.
- 3** Широкий спектр аналитических методов, позволяющих исследовать нестандартные параметры. Этот аспект дополняется разнородной базой знаний о горожанах, что способствует поиску неожиданных корреляций и построению уникальных гипотез.
- 4** Уникальные методы нормализации опросов и гармонизации Больших данных раскрывают потенциал опросных методик и работы с Большими данными. Лонгитюдная система является калибровочным ядром для большинства современных видов аналитики.

ЛОНГИТЮДНАЯ СИСТЕМА РОМИР

МЕТОДОЛОГИЧЕСКОЕ ЯДРО

Лонгитюдное исследование основано на полном изучении человеческого поведения

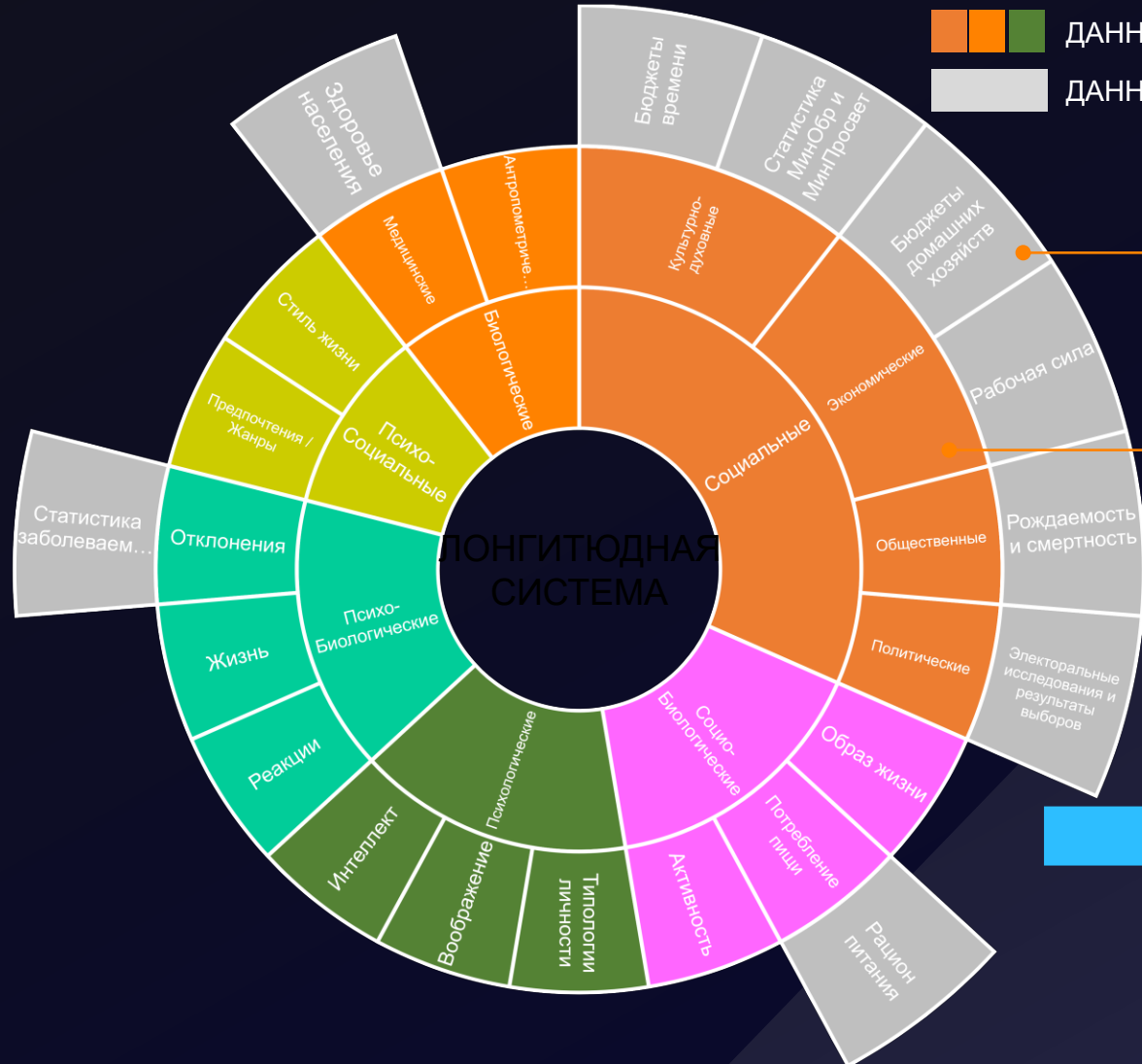
Под «полным» мы подразумеваем рассмотрение не только потребления, но и поведения, мнений и способов коммуникации. Большинство данных мы собираем о жителях в пассивном режиме, не требуя участия человека в заполнении анкет или сканировании покупок.

В основе лонгитюдной системы лежит рассмотрение гражданина с трёх сторон – биологической, социальной и психологической. Также мы изучаем и смежные сферы в человеке – социально-биологическое, социально-психологическое и психо-биологическое.

Каждое из направлений жизни человека раскрывается на несколько новых, которые в свою очередь продолжают дальнейшее развитие **Лонгитюдного Круга**. Этот процесс идёт до нахождения неделимого единичного понятия. Таким понятием может быть рост человека.

Мы провели крупное исследование по операционализации понятия «Человек», что позволило построить полноценную модель интерпретации и аккумуляции всех наших знаний о человеке.

ЛОНГИТЮДНАЯ СИСТЕМА И ВНЕШНИЕ ИСТОЧНИКИ



■ ■ ДАННЫЕ, СОДЕРЖАЩИЕСЯ В ПАНЕЛИ
■ ДАННЫЕ ГОСУДАРСТВЕННОЙ СТАТИСТИКИ

Данные национальных обследований и государственной статистики по точности и объему отслеживаемых показателей соответствуют утвержденным регламентам, но при этом каждый источник оперирует своим спектром параметров без связи с другими.

Взаимосвязь всех параметров можно изучить, только измеряя все параметры на одном и том же объекте наблюдения (человеке), и, ввиду того, что измерить весь спектр параметров одновременно невозможно ни технологически, ни методологически, единственным вариантом такого измерения становится серия измерений блоков параметров, что и приводит нас к лонгитюду, как естественной форме решения данной задачи.

**СИСТЕМА
ВЗАИМОСВЯЗИ ВСЕХ
ПАРАМЕТРОВ**

Биологические	1					
Психо-Биологические	.7	1				
Психологические	.4	.8	1			
Психо-Социальные	.3	.6	.9	1		
Социальные	.5	.2	.5	.7	1	
Социо-Биологические	.2	.7	.1	.4	.8	1
Биологические						
Психо-Биологические						
Психологические						
Психо-Социальные						
Социальные						
Социо-Биологические						



СПАСИБО!