

2023

Lietuvos ilgalaikio  
socialinio tyrimo  
techninio  
įgyvendinimo  
modelio vertinimas

Lietuvos ilgalaikis socialinis tyrimas (toliau – LIST) buvo inicijuotas siekiant užtikrinti duomenimis grįstų įvykdytų viešosios politikos intervencijų (poveikio) vertinimą ir (ar) naujų intervencijų planavimą. LIST planuojamas kaip tęstinis visuomenės tyrimas, skirtas rinkti reprezentatyvius ir kokybiškus duomenis apie Lietuvos visuomenę bei jos raidą bei įgalinti rengti ir vertinti geresnius viešojo valdymo sprendimus. Strateginis tyrimo tikslas – kurti naujus įrankius ir metodus, kurie prisidėtų prie į ateitį orientuotos viešosios politikos bei padėtų tinkamai atliepti ilgalaikę šalies raidos viziją, kurią artimiausią dvidešimtmetį apibrėš valstybės pažangos strategija „Lietuva 2050“. LIST techninio įgyvendinimo modelio vertinimas skirtas įvertinti tinkamiausią LIST techninio įgyvendinimo modelį ir pasiūlyti jo projektą. Šio vertinimo rėmuose taip pat atliekamas LIST metodikos bandomasis tyrimas skirtas išbandyti sukurtą LIST techninio įgyvendinimo modelio projektą.

STRATA (2023). Lietuvos ilgalaikio socialinio tyrimo techninio įgyvendinimo modelio vertinimas. Vyriausybės strateginės analizės centras.



Parengta vykdant projektą „Įrodymais grįsto valdymo kompetencijų centro įkūrimas“  
(Nr.10.1.1-ESFA-V-912-01-0025)

Pasiūlymus, pastabas, komentarus prašome siųsti [info@strata.gov.lt](mailto:info@strata.gov.lt)

# Turinys

<b>Rekomendacija</b>	<b>4</b>
<b>Įvadas</b>	<b>5</b>
<b>1. Kitų šalių panelinių tyrimų analizė</b>	<b>7</b>
1.1. Tyrimo populiacija ir atranka	9
1.1.1. Tyrimo populiacija	9
1.1.2. Realizuotos imties dydis	12
1.1.3. Atrankos dizainas	12
1.1.4. Imties reprezentatyvumas, nubyrėjimas ir papildymas	15
1.2. Apklauso vykdyimo metodika	21
1.2.1. Apklauso būdas	21
1.2.2. Apklauso trukmė ir periodiškumas	23
1.2.3. Apklauso vykdyimo logika ir etapai	25
1.2.4. Rekrutavimas dalyvauti apklausoje	25
1.2.5. Panelės išlaikymas	30
1.3. Apklauso techninis įgyvendinimas	31
<b>2. Lietuvos ilgalaikio socialinio tyrimo techninio įgyvendinimo modelio projektas</b>	<b>32</b>
<b>3. Lietuvos ilgalaikio socialinio tyrimo techninio įgyvendinimo modelio išbandymas: metodikos bandomasis tyrimas</b>	<b>36</b>
<b>Šaltiniai</b>	<b>39</b>

# Rekomendacija

Rekomendacija	Veiksmai	Atsakinga institucija
Įgyvendinant Lietuvos ilgalaikį socialinį tyrimą, naudoti LIST techninio įgyvendinimo modelį. LIST techninio įgyvendinimo modelį parengti atsižvelgiant į LIST metodikos bandomojo tyrimo rezultatus.	<ul style="list-style-type: none"><li>- Atlikti išsamią LIST metodikos bandomojo tyrimo rezultatų analizę ir ja remiantis koreguoti LIST techninio įgyvendinimo modelio projektą, pateiktą šio vertinimo 1.3. poskyryje.</li><li>- Įgyvendinant Lietuvos ilgalaikį socialinį tyrimą vadovautis LIST techninio įgyvendinimo modeliu.</li></ul>	STRATA

# Įvadas

Duomenimis grįstiems viešojo valdymo sprendimams priimti ir jų poveikiui vertinti reikia patikimų, kokybiškų, nuoseklių ir įveiklinamų duomenų (Banks, 2009). Šiuo metu Lietuvoje naudojami skirtingi instrumentai visuomenės nuostatoms, vertinimams, vertybėms ir elgsenai tirti bei sprendimų poveikiui matuoti, tačiau jie neretai turi trūkumų, o jų duomenys negali būti sistemškai susieti. Ekspertai pastebi, kad visuomenės nuomonių tyrimams dažnai stinga reprezentatyvios respondentų atrankos, kokybiško duomenų surinkimo, o kartais ir tinkamo metodų išmanymo (Ramonaitė, 2020). Tai skatina ieškoti būdų kurti naujus įrankius ir metodus, kurie prisidėtų prie į ateitį orientuotos viešosios politikos bei padėtų tinkamai atliepti ilgalaikę šalies raidos viziją.

Atsižvelgiant į tai, buvo inicijuotas **Lietuvos ilgalaikis socialinis tyrimas** (toliau – LIST). Tai bus pirmasis tokio didelio masto tęstinis visuomenės nuostatų, vertybių, vertinimų ir elgsenos tyrimas Lietuvoje, skirtas nuosekliai rinkti kokybiškus ilgalaikius duomenis apie Lietuvos visuomenę bei jos raidą, kurie įgalintų vertinti ir tobulinti viešojo valdymo sprendimus. Šiuo tyrimu siekiama užtikrinti, kad Lietuvoje atsirastų periodiškai ir santykinai dažnai renkamų patikimų bei kokybiškų duomenų šaltinis, leidžiantis nagrinėti ne tik egzistuojančias nuomones, vertinimus, elgseną bet ir jų kitimą.

Atsižvelgiant į LIST mastą, siekius ir galimas rizikas, numatyta atlikti **LIST techninio įgyvendinimo modelio vertinimą**. Vertinimo uždaviniai:

- (i) atlikti kitų šalių panelinių tyrimų analizę,
- (ii) remiantis atlikta analize, įvertinti tokiam tyrimui tinkamiausią techninio įgyvendinimo modelį, apimančią tyrimo populiaciją, populiacijos sąrašą, imties dydį, respondentų atrankos būdą, respondentų rekrutavimą, apklausos vykdymo logiką, apklausos vykdymo būdus, respondentų skatinimo priemones, respondentų nubyrėjimą ir jo kompensavimą bei kitus svarbius parametrus, ir
- (iii) šį modelį išbandyti LIST metodikos bandomojo tyrimo metu.

LIST yra planuojamas kaip periodinė tikimybinė reprezentatyvi panelinė gyventojų apklausa, kai tyrime santykinai ilgą laiką dalyvauja tie patys respondentai. Atliekant LIST techninio įgyvendinimo modelio vertinimą, vadovaujamosi 5 pagrindiniais LIST įgyvendinimo principais ir kokybės kriterijais:

1. **Reprezentatyvumas:** siekis kuo teisingiau atspindėti Lietuvos gyventojų populiaciją. Šiam kriterijui įgyvendinti nuolat stebimas (ir pagal poreikį koreguojamas) tyrimo imties dydis (siekiamas kiekvienos tyrimo bangos dalyvaujančios imties dydis – 5000 respondentų) ir imties atitikimas Lietuvos gyventojų populiacijai pagal svarbiausias socialines ir demografines charakteristikas (lytį, amžių, gyvenamąją vietą, tautybę ir išsilavinimą). Taip pat naudojamos įvairios respondentus skatinančios dalyvauti priemonės (apklausos vykdymas internetine ir kitomis patogiomis savipildos formomis, finansinės ir nefinansinės paskatos).
2. **Tikimybiškumas:** siekis imtį sudaryti tik tikimybiniais metodais visuose apklausos vykdymo etapuose. Tik tikimybiniai imties sudarymo ir atnaujinimo metodai užtikrina rezultatų mokslinį pagrįstumą, kai daromos išvados apie tiriamą populiaciją.
3. **Nuoseklumas:** siekis apklausą vykdyti periodiškai ir ilgą laiką, tam tikru intervalu užduodant tuos pačius klausimus tiems patiems respondentams, kad būtų įmanoma sekti visuomenės nuomonės, vertinimų, vertybių ir elgsenos svarbiais klausimais raidą. Panelinis dizainas leidžia sistemingiau nagrinėti priežastinius ryšius, taip pat sekti viešosios politikos vertinimų, nuostatų ir elgsenos pokyčius individo lygmeniu. Be to, didesnės galimybės apklausti Lietuvos gyventojus platesniu spektru klausimų užtikrinamos cikliniu dizainu, kai kiekvienais metais vykdomos bent 4 tyrimo bangos, kurių klausimynai skiriasi, tačiau kurios kartojamos kiekvienais tyrimo vykdymo metais.
4. **Atliepiamumas:** siekis apklausą vykdyti periodiškai ir nuosekliai, tačiau tuo pačiu sudarant sąlygas ir galimybes surinkti valstybei tam tikru metu labai svarbius duomenis, atsižvelgiant į visuomeninio gyvenimo aktualijas, svarbias iškylančias problemas ir krizinius įvykius. Vykdytą kiekvieną tyrimo bangą

sudaromos galimybės įtraukti papildomus klausimų blokus, kurių poreikį pagrindžia valstybės institucijos ar mokslininkų grupės.

5. **Atvirumas:** siekis kuo atviriau pateikti tyrimo dizaino ir vykdymo aprašus bei pagrindinius tyrimo rezultatus. Atvirumas užtikrinamas viešai publikuojant apklausos dizaino ir vykdymo aprašus bei pačius surinktus duomenis atviros prieigos duomenų archyvuose. Nuolatinis apklausos duomenų atviras publikavimas užtikrina mokslininkų ir kitų tyrėjų galimybes savalaikiai atlikti reikiamus tyrimus ir analizes naudojant surinktus duomenis, taip pat kontroliuoti jų kokybę.

LIST techninio įgyvendinimo modelio vertinimą sudaro trys dalys. Pirmoje dalyje pateikiama kitų šalių panelinių tyrimų analizė, kurią apima tyrimo populiacijos ir atrankos ir apklausos vykdymo metodikos charakteristikos ([1 skyrius](#)). Remiantis atlikta kitų šalių panelinių tyrimų analize, antroje dalyje pristatomas LIST techninio įgyvendinimo modelio projektas ([2 skyrius](#)). Trečioje dalyje pristatomas LIST techninio įgyvendinimo modelio išbandymas (metodikos bandomasis tyrimas) ir pateikiamos pirminės išbandymo įžvalgos ([3 skyrius](#)).

# 1. Kitų šalių panelinių tyrimų analizė

Europoje ir pasaulyje esama daugiau nei kelių dešimčių ilgalaikių panelinių tyrimų. Dalis jų pradėti įgyvendinti prieš keletą metų, kiti sėkmingai įgyvendinami daugiau nei pusę amžiaus. Jie skiriasi savo apimtimi, apklausos atlikimo būdu, tikslinėmis tyrimo grupėmis ir kitais parametrais. Atsižvelgiant į LIST tikslus, šiame vertinime pirmiausia orientuojamasi į internetinius asmenų tyrimus, kuriuose tiriama visa šalies ar regiono populiacija. Kai kuriais atvejais į apžvalgą buvo įtraukti ir namų ūkių tyrimai ar tiesiogiai (telefonu ar namuose) atliekami tyrimai, sukaupe naudingos praktinės patirties. Pirmiausia orientuotasi į Europos valstybių ir Jungtinių Amerikos Valstijų (JAV) patirtį, kur, tikimasi, dėl kultūrinių panašumų socialinių tyrimų gerosios praktikos ir rizikos galėtų būti labiausiai tikėtinos bei pritaikomos ir Lietuvoje. Atliekant vertinimą buvo naudota atvirųjų šaltinių informacija, kurią sudarė ir viešino patys panelinių internetinių tyrimų organizatoriai, internetinių ir ilgalaikių apklausų tyrimų vadovėliai, taip pat interviu su panelines internetines apklausas atliekančiais mokslininkais. Šiame skyriuje trumpai pristatomi pagrindiniai nagrinėti paneliniai tyrimai.<sup>1</sup>

**GESIS panelė**<sup>2</sup> yra Vokietijos GESIS Leibnico socialinių mokslų instituto organizuojama panelinė mišraus tipo asmenų apklausa, kurios tikslas – rinkti longitudinalinius socialinių mokslų tyrėjams aktualius duomenis. Tai nuo 2014 metų vykdoma ketvirtinė apklausa, apimanti apie 5000 Vokietijos gyventojų. Apie 75 proc. respondentų šią apklausą pildo internetu, o likusieji – paštu.

**Lenkijos panelinė apklausa (POLPAN)**<sup>3</sup> nuo 1988 metų vykdoma Lenkijos gyventojų apklausa, kurios tikslas – aprašyti socialinę Lenkijos visuomenės struktūrą bei jos pokyčius. Apklausa vykdoma kas 5 metus, reguliariai apklausiami apie 2000 respondentų. Tai ilgesnės trukmės apklausa, kuri atliekama tiesiogiai (angl. *face-to-face*), naudojant popierines anketas arba savipildą paštu.

**The General Social Survey (GSS)**<sup>4</sup> yra JAV visuomenės tyrimas, siekiantis iširti visuomenės sandarą ir jos veikimą bei atskirų jos grupių vaidmenį, įvertinti socialinius pokyčius bei lyginti juos su kitų šalių patirtimi, o taip pat užtikrinti kokybiškus duomenis akademinėi bendruomenei bei politikos formuotojams. GSS yra vykdomas kas dvejus metus nuo 1972 metų, o nuo 2006 metų iš dalies vykdomas kaip panelinė apklausa. Ilgą laiką vykdytas kontaktiniu būdu, dėl pandemijos tyrimas pradėtas vykdyti internetiniu savipildos būdu.

**Longitudinal Internet Studies for the Social Sciences (LISS panelė)**<sup>5</sup> yra internetinis panelinis Nyderlandų namų ūkių tyrimas. LISS panelė yra vykdoma nuo 2007 metų kas mėnesį. Longitudinė tyrimo dalis, vykdoma kartą per metus, skirta respondentų gyvenimo pokyčiams bei gyvenimo sąlygoms nagrinėti. LISS panelė apima apie 5000 olandiškai kalbančių namų ūkių su maždaug 7500 gyventojų. Apklausa yra visiškai internetinė, o internetu nesinaudojantys respondentai įtraukiami juos aprūpinant reikalinga įranga ir interneto ryšiu.

**CROSS-National Online Survey (CRONOS)**<sup>6</sup> – pirmoji eksperimentinė harmonizuota tarptautinė tikimybinė internetinė asmenų panelė. CRONOS siekė išnaudoti jau egzistuojantį Europos socialinį tyrimą (angl. European Social Survey) tikimybinei internetinei apklausai sukurti. 2017 metais CRONOS pilotiniai tyrimai Estijoje, Didžiojoje Britanijoje ir Slovėnijoje nagrinėjo įvairius metodologinius apklausos vykdymo klausimus. Pilotiniame tyrime per metus įvykdytos šešios apklaupos.

---

<sup>1</sup> Deja, skaitiniai duomenys apie tyrimus kai kuriais atvejais skirtinguose šaltiniuose nesutapo. Pavyzdžiui, straipsnyje apie GIP tyrimo atranką teigiama, jog atrankos etape kiekviename maršrute buvo pasirinkti 100 adresų, o pirmojoje panelėje dalyvauti buvo atrinkta 1591 asmenų (žr. Blom et al., 2015), tuo tarpu to paties projekto puslapyje šie skaičiai yra atitinkamai 200 ir 1603 (žr. <https://www.uni-mannheim.de/en/gip/for-data-users/methodology/#c185696> [žiūrėta 2022-10-17]). Be to, ne visi tyrimai pateikia analogiškus duomenis, todėl kiekybiniai palyginimai šiame vertinime pateikiami tik bendrais principais.

<sup>2</sup> Žr. <https://www.gesis.org/en/gesis-panel/gesis-panel-home>

<sup>3</sup> Žr. <https://polpan.org/en/data-and-documentation/methodology>

<sup>4</sup> Žr. <https://gss.norc.org>

<sup>5</sup> Žr. <https://www.lissdata.nl>; <https://www.centerdata.nl/en/liss-panel>

<sup>6</sup> Žr. [https://www.europeansocialsurvey.org/methodology/methodological\\_research/modes\\_of\\_data\\_collection/cronos.html](https://www.europeansocialsurvey.org/methodology/methodological_research/modes_of_data_collection/cronos.html)

**Vokietijos internetinis panelinis tyrimas (German Internet Panel, GIP)**<sup>7</sup> yra Vokietijos gyventojų tyrimas, skirtas asmenų nuostatomis, susijusioms su politiniais ir ekonominiais procesais, tirti. Nuo 2012 metų GIP yra vykdomas kas du mėnesius ir 2021 metais apėmė apie 4000 respondentų. GIP yra viena iš pirmųjų apklausų, kurios yra visiškai internetinės, prieigos neturintys respondentai aprūpinami reikalinga įranga ir interneto ryšiu.

**Ilgalaikė internetinė socialinių mokslų studija (Étude Longitudinale par Internet Pour les Sciences Sociales, ELIPSS)**<sup>8</sup> Ši apklausa Prancūzijoje buvo sukurta kaip įrankis socialinių ir humanitarinių tyrimų poreikiams patenkinti. Tai asmenų tyrimas, vykdomas nuo 2012 metų ir apimantis 2000-3000 respondentų. ELIPSS yra vykdoma tik internetu, reikiamą respondentų dalį aprūpinant trūkstantomis priemonėmis.

**Norvegijos piliečių panelinis tyrimas (Norwegian Citizen Panel, NCP)**<sup>9</sup> yra viena iš didesnių tikimybinių viešosios nuomonės internetinių apklausų Europoje ir apima apie 10000 aktyvių respondentų. Pagrindinės NCP temos yra Norvegijos visuomenė ir politika. Nors tyrimas vykdomas tik internetu, dėl aukšto Norvegijos internetinio raštingumo nebuvo imtasi jokių papildomų priemonių internetu nesinaudojančiai populiacijos daliai įtraukti. Tyrimas vykdomas nuo 2013 metų.

**Amerikos tendencijų panelinis tyrimas (American Trends Panel, ATP)**<sup>10</sup> yra JAV panelinė studija, sukurta politinei poliarizacijai tirti. Pradėta 2014 metais, apklausa vykdyta kas mėnesį, o nuo 2015 metų – kas 2-3 mėnesius. Tyrimas apima daugiau nei 10000 aktyvių respondentų iš visos Amerikos. Pirmą atliktą mišriu būdu (savipilda internetu ir savipilda paštu), vėliau apklausa imta vykdyti tik internetu, parūpinant respondentams trūkstamą įrangą ir interneto prieigą.

**Socialinė diagnozė (Diagnoza społeczna, arba Social Diagnosis 2000-2013)**<sup>11</sup> yra Lenkijos namų ūkių ir individų tyrimas, kas maždaug dvejus metus vykęs 2000-2015 metais ir tyręs lenkų objektyvią ir subjektyvią gyvenimo gerovę.

**Understanding Society**<sup>12</sup> yra Didžiosios Britanijos namų ūkių ir asmenų internetinis panelinis tyrimas – didžiausias tokio tipo tyrimas, apimantis sveikatos, darbo, išsilavinimo, pajamų, šeimyninius bei socialinio gyvenimo klausimus. Tyrimas buvo sukurtas Britų namų ūkio panelinio tyrimo (British Household Panel Survey, BHPS) pagrindu. Understanding Society mišriu būdu vykdomas kasmet nuo 1991 metų ir turi apie 40000 aktyvių respondentų. Apklausos duomenys taip pat yra jungiami ir su registrų duomenimis.

**Gyventojų pajamos ir gyvenimo sąlygos (Lithuanian Survey on Income and Living Conditions, SILC)**<sup>13</sup> yra Lietuvos statistikos departamento vykdomas tarptautinis panelinis namų ūkių tyrimas. Tyrimo metu renkami duomenys apie namų ūkių pajamas, būsto sąlygas, gyvenimo sąlygų vertinimą, užimtumą, sveikatą ir sveikatos priežiūros paslaugų prieinamumą, finansines, būsto problemas, galimybes patenkinti tam tikrus poreikius. Tyrimas vykdomas nuo 2005 metų, jame kasmet dalyvauja apie 5000 namų ūkių.

---

<sup>7</sup> Žr. <https://www.uni-mannheim.de/gip>; <https://paneldata.org/gip>

<sup>8</sup> Žr. <http://quanti.dime-shs.sciences-po.fr/en>; <https://cdsp.sciences-po.fr/fr/projets/panel-elipss>

<sup>9</sup> Žr. <https://www.uib.no/en/digsscore/122111/norwegian-citizen-panel>

<sup>10</sup> Žr. <http://www.pewresearch.org/methodology/u-s-survey-research/american-trends-panel/>

<sup>11</sup> Žr. <http://www.diagnoza.com/index-en.html>

<sup>12</sup> Žr. <https://www.understandingsociety.ac.uk>

<sup>13</sup> Žr. <https://osp.stat.gov.lt/lietuvas-gyventoju-pajamos-ir-gyvenimo-salygos-2022/metodine-informacija/apie-tyrima>



## 1.1. Tyrimo populiacija ir atranka

Šiame poskyris skirtas apibūdinti tyrimo populiaciją ir imties sudarymo bei atnaujinimo mechanizmus. Kartotinių skerspjuvio apklausų atveju reprezentatyvumas yra užtikrinamas kaskart iš naujo tikimybiskai atrenkant reprezentatyvią respondentų imtį. Tuo tarpu panelinių tyrimų atveju šis klausimas yra kompleksiskesnis. Dėl natūralių priežasčių skirtingų demografinių charakteristikų respondentams nubyrant nevienodai, imties reprezentatyvumas gali mažėti laikui bėgant. Panelės respondentai sensta, todėl tenka naujai įtraukti jaunesniųjų amžiaus grupių dalyvius, o nubyrėjimas lemia ir mažėjantį bendrą respondentų kiekį. Todėl šiame skyriuje bus nagrinėjami skirtingi imties sudarymo bei atnaujinimo mechanizmai panelinėms apklausoms, jų privalumai bei trūkumai.

### 1.1.1. Tyrimo populiacija

Nagrinėti paneliniai tyrimai, taip pat kaip ir LIST, siekia tirti savo šalių visuomenių nuostatas, vertinimus, vertybes ir elgseną, vienodai atsižvelgdami į visas svarbias visuomenės grupes. Tam dauguma nagrinėtų ilgalaikių socialinių tyrimų renka apklausti šalyje gyvenančius **neinstitucionalizuotus** jos gyventojus, t.y. negyvenančius specialiosiose institucijose, tokiuose kaip globos namai ar kalėjimas. Dažnu atveju papildomi atrankos kriterijai, pavyzdžiui pilietybė, nėra taikomi, tačiau svarbu atkreipti dėmesį į kelis aspektus. Dalis tyrimų vykdė apklausas tik nacionaline **kalba**, taip į imtį neįtraukdami tautinių mažumų ar imigrantų, pakankamai gerai nemokančių kalbos. Tik retais atvejais buvo daugiau dėmesio skirta būtent imigrantams<sup>14</sup>. Apsiribojimas titulinės tautos populiacija grindžiamas kaštų ir naudos argumentais, t.y. klausimynų vertimas į kelias kalbas padidina kaštus ir atskiros apklausos vykdymo trukmę. Kita vertus, metodologine kokybe išsiskiriantys tyrimai, tokie kaip Europos socialinis tyrimas, laikosi nuostatos, kad šalyje klausimynai turi būti pateikiami tomis kalbomis, kuriomis namuose kalba daugiau nei 5 procentai tiriamos populiacijos (ESS ERIC, 2021: 27).

Be to, nagrinėtuose paneliniuose tyrimuose paprastai taikomi **amžiaus apribojimai**. Kaip apatinė amžiaus riba dažniausiai pasirenkama pilnametystė (18 metų). Žemesnė apatinė riba (16 metų ar net 10 metų kaip tyrimo Understanding Society atveju) dažniau taikoma namų ūkių tyrimams, kai apklausama daugiau tos pačios šeimos narių ir, tikėtina, yra lengviau gauti reikiamus sutikimus nepilnamečių įtraukimui.

Kai kurie tyrimai pasirenka apriboti ir viršutinį dalyvių amžių atrankos stadijoje (pavyzdžiui, Vokietijoje, Prancūzijoje, Lenkijoje). Viršutinė amžiaus riba tokiu atveju buvo apribota 65-75 metais. Toks apribojimas buvo pasirinktas dėl kelių priežasčių. Pirma, įtakos turėjo tikėtina gyvenimo trukmė šiose šalyse ir siekis sumažinti ankstyvą respondentų nubyrėjimą. EBPO (Ekonominio bendradarbiavimo ir plėtros organizacija, angl. The Organization for Economic Cooperation and Development; OECD) duomenimis, tikėtina gyvenimo trukmė 65 metų asmenims 2021 metais<sup>15</sup> Prancūzijoje siekė 84 metus vyrams ir 88 moterims, Vokietijoje – atitinkamai 83 ir 86, Lenkijoje – 79 ir 83. POLPAN atveju tai itin reikšminga, nes tyrimas atliekamas tik kas 5 metus. ELIPSS ir GIP atveju neatmestina prielaida, jog toks ribojimas pasirinktas dėl apklausos atlikimo būdo (tik internetinis). Taip pat galimai šiuose tyrimuose vyresnės amžiaus grupė nebuvo tarp apklausos tikslinių grupių. Tuo tarpu kiti tyrimai, pavyzdžiui, GSS sąmoningai neriboja vyresniosios amžiaus grupės respondentų dalyvavimo ir prie savo apklausos duomenų vėliau prijungė mirčių registrus, taip praplėsdami analizės galimybes (pavyzdžiui, iš gautų duomenų galima tirti, kaip pažiūros ir gyvenimo sąlygos sąveikauja su gyvenimo trukme). LISS ir GESIS panelių atstovai, apklausti atliekant šį vertinimą, šiuo metu nemato pagrįstų argumentų, kodėl galėtų būti ribojamas viršutinis dalyvių amžius, jei nėra specifiskai orientuojamasi tik į tam tikras amžiaus grupes ir siekiama vykdyti šalies mastu reprezentatyvų tyrimą<sup>16</sup>.

Nagrinėjant gyvenimo sąlygas bei gyvenimo kokybę dažniausiai taikomas namų ūkių arba mišrus asmenų ir namų ūkių tyrimas. Kita vertus, visuomenės nuomonės tendencijoms tirti dažniausiai naudojamos **asmenų apklausos**.

<sup>14</sup> Pavyzdžiui, tyrime Understanding Society buvo pasirūpinta ne tik vertimu į didelį skaičių užsienio kalbų, bet ir taikyta papildoma kvota imigrantams.

<sup>15</sup> Žr. <https://data.oecd.org/healthstat/life-expectancy-at-65.htm#indicator-chart>

<sup>16</sup> Interviu su LISS ir GESIS panelių atstovais.

Taip tikimasi, kad bus išvengta duomenų klasterizacijos problemų, kurios atsiranda nagrinėjant to paties namų ūkio gyventojus. LIST labiau orientuojasi į platesnį visuomenės nuomonių tyrimą, todėl numatomas įgyvendinti kaip asmenų, o ne namų ūkių tyrimas.<sup>17</sup> Apibendrinti nagrinėtų kitų šalių panelinių tyrimų populiacijų charakteristikų duomenys pateikti 1 lentelėje žemiau.

---

<sup>17</sup> Be to, asmenų tyrimas leidžia esant poreikiui transformuotis į namų ūkių tyrimą.

1 lentelė. Vertimine nagrinėtų kitų šalių panelinių tyrimų charakteristikos: populiacija.

	GESIS panelė	POLPAN	GSS	LISS panelė	CRONOS	GIP	ELIPSS	NCP	ATP	Diagnoza społeczna	Understanding Society	Gyventojų pajamos ir gyvenimo sąlygos
Šalis	Vokietija	Lenkija	JAV	Nyderlandai	Estija, Slovėnija, Didžioji Britanija	Vokietija	Prancūzija	Norvegija	JAV	Lenkija	Didžioji Britanija	Lietuva
Namų ūkių ar asmenų tyrimas	Asmenų	Asmenų	Asmenų	Namų ūkių ir asmenų	Asmenų	Asmenų	Asmenų	Asmenų	Asmenų	Namų ūkių ir asmenų	Namų ūkių ir asmenų	Namų ūkių
Apatinė amžiaus riba	18	21	18	16	18	16	18	18	18	16	10 (pagrindinis klausimynas – nuo 16)	16
Viršutinė amžiaus riba	70 (atrankos metu)	65	-	-	-	75 (atrankos metu)	75 (atrankos metu)	95 (pašalinti sudarius imtį)	-	-	-	-
Apklauskos kalba	Vokiečių	Lenkų	Anglų (valstybinė), ispanų	Olandų	Estų, rusų, slovėnų, anglų	Vokiečių	Prancūzų	Norvegų	Anglų (valstybinė) ir ispanų	Lenkų	Anglų, velsiečių ir įvairiomis imigrantų kalbomis	Lietuvių
Kiti apribojimai	Privačiuose namų ūkiuose gyvenantys nuolatiniai šalies gyventojai	Privačiuose namų ūkiuose gyvenantys nuolatiniai šalies gyventojai	Privačiuose namų ūkiuose gyvenantys nuolatiniai šalies gyventojai	Privačiuose namų ūkiuose gyvenantys nuolatiniai šalies gyventojai	Privačiuose namų ūkiuose gyvenantys nuolatiniai šalies gyventojai. Atranka vykdyta iš Europos socialinio tyrimo dalyvių	Privačiuose namų ūkiuose gyvenantys nuolatiniai šalies gyventojai	Žemyninėje Prancūzijos dalyje privačiuose namų ūkiuose gyvenantys asmenys, kurių kalbos gebėjimų užtenka savipildos klausimynui pildyti	Privačiuose namų ūkiuose gyvenantys nuolatiniai šalies gyventojai	Privačiuose namų ūkiuose gyvenantys nuolatiniai šalies gyventojai	Privačiuose namų ūkiuose gyvenantys nuolatiniai šalies gyventojai	Papildoma speciali imigrantų panelė	Privačiuose namų ūkiuose gyvenantys nuolatiniai šalies gyventojai

Šaltinis: STRATA

### 1.1.2. Realizuotos imties dydis

Imties dydis yra vienas iš parametru, apibrėžiančių surenkamų apklausos duomenų kokybę bei analizės galimybes. Klasikinėse kartotinėse skerspjuvio (kai kaskart atrenkama nauja imtis) ar vienkartinėse apklausose paprastai apklausama apie 1 000 - 1 500 respondentų. Statistikos teorija teigia, jog toks respondentų skaičius yra optimalus siekiant subalansuoti skaičiuojamų įverčių paklaidos dydį ir patikimumo lygmenį bei apklausos kaštus. Svarbu pastebėti, jog imties dydis nuo populiacijos dydžio nepriklauso tiesiškai, taigi įprastas imties dydis tinka tiek santykinai didelėms, tiek mažoms populiacijoms. Kita vertus, metodologine kokybe pasižymintys tyrimai paprastai padidina imties dydį siekiant didesnės hipotezių tikrinimo testų galios, t. y. testų galios aptikti efektą, kai tikrasis efektas egzistuoja. Be to, didinti apklausiamųjų skaičių reikalinga ir tuomet, kai planuojama populiaciją skaidyti mažesniais segmentais arba nagrinėti smulkesniais pjūviais, kurie taip pat turi būti tinkamai reprezentuoti. Taigi, pavyzdžiui, Europos socialiniame tyrime nustatytas 2 000 efektyvios (atsižvelgiant į tyrimo dizainą) imties dydis, Vokietijos bendrajame socialiniame tyrime (ALLBUS) apklausama apie 2 500-3 000 respondentų, o Jungtinės Karalystės bendrajame socialiniame tyrime (Understanding Society) imtis yra ne mažesnė nei 25 000.

Internetinėse panelinėse apklausose vyrauja **gerokai didesni imties dydžiai** nei įprastinėse apklausose. Standartinis panelinio tyrimo dydis svyruoja **apie 3 000-6 000** respondentų. Kai kurie tyrimai palaiko ir dar didesnį panelės dydį – kai kuriais atvejais jis viršija ir 10 000 respondentų (žr. 3 lentelę). Tačiau labai didelių imčių atveju panelės dažnai naudojamos ne visa savo apimtimi, o atskiriems tyrimams imama mažesnė imtis, pavyzdžiui, apie 2 500 respondentų. Išimtis – Understanding Society tyrimas. Tyrimo organizatoriai pabrėžia, jog apklausiamųjų kiekis nustatytas siekiant reprezentuoti kiekvienos pasirinktos amžiaus grupės atstovus.

Be to, panelės imties dydis formuojamas **didėnis** ir dėl **respondentų nubyrijimo** bei gebėjimo **išlaikyti santykinai didelę dalį tų pačių respondentų ilgą laiką**. Nors tyrimai savo metodologijose ne visuomet vienodai pateikia duomenis apie atrankas, atsakomumą ir imties nubyrijimą, galima pagrįstai teigti, jog dažnu atveju nubyrijimas siekia 10-20 proc. per metus. Skirtingose šalyse matomos skirtingos nubyrijimo tendencijos, tačiau tyrėjai pastebi, jog įtakos panelės dydžio išlaikymui turi kontakto su respondentais palaikymas, apklausos dažnis, rekrutavimo būdas, apklausos atlikimo metodas bei skatinimo priemonės (Scherpenzeel, 2011; Bosnjak et al., 2013; Callegaro et al., 2014; Blom et al., 2015). Kita vertus, Understanding Society tyrime pavyko pasiekti 5 proc. nubyrijimą per metus. Vis dėlto apie 25-35 proc. pradžioje į imtį patekusių respondentų vis dar atsakinėja į klausimus LISS ir GESIS panelėse (taigi, **apie 1 000 respondentų dalyvauja šiuose tyrimuose jau 10 ir daugiau metų**).

Didėnis imties dydis taip pat sudaro **galimybes įtraukti eksperimentinius dizainus**, kai visa imtis yra skaidoma į dalis ir kiekvienos dalies respondentai priklausomai nuo eksperimento sąlygų atsakinėja į kiek skirtingai formuluojamus klausimus. Respondentų nubyrijimą ir poreikį išlaikyti didelę dalį respondentų imtyje ilgą laiką bei galimybę įgyvendinti eksperimentinius dizainus kaip imties dydžio svarbius parametrus nurodė ir LISS bei GESIS panelių atstovai.

### 1.1.3. Atrankos dizainas

Tyrimo planavimui itin svarbus veiksnys – **reprezentatyvi tikimybinė respondentų atranka**. Tik kokybiškai ir iš tinkamų šaltinių sudarius tyrimo imtį galima tikėtis, jog apklausos rezultatai bus tinkami daryti išvados apie visą populiaciją (Kish, 1965). Priklausomai nuo prieinamų duomenų, teisinio šalies reguliavimo bei kaštų galimi skirtingi atrankos mechanizmai. 2 lentelėje pateikiamas trumpa vertinime nagrinėtų panelinių tyrimų atrankos dizainų suvestinė.

2 lentelė. Vertinime nagrinėtų kitų šalių panelinių tyrimų charakteristikos: atrankos dizainai.

	Populiacijos sąrašas	Atrankos pagrindas	Stratifikavimas	Atrankos tipas
GESIS panelė	Registras	Adresas	Regionas	Sluoksninė daugiapakopė tikimybinė
GESIS panelė (papildymas)	Kitų GESIS vykdomų tyrimų pagrindu (apklausiamas asmuo kviečiamas dalyvauti panelėje)			
POLPAN	Public Opinion Research Center (CBOS) sąrašas	Adresas	Regionas, urbanizacijos lygis (miestas-kaimas)	Daugiapakopė tikimybinė
POLPAN (papildymas nuo 1998 m.)	Registras	Asmuo	Netaikoma (atrenkami tik tam tikrų amžiaus grupių asmenys)	Paprasta tikimybinė
GSS	NORC Nacionalinis populiacijos sąrašas (atnaujinamas kas 10 metų pagal surašymo duomenis)	Adresas	Regionas, urbanizacijos lygis (miestas-kaimas)	Daugiapakopė tikimybinė
LISS panelė	Registras	Adresas	Netaikoma	Paprasta tikimybinė
CRONOS	Europos socialinio tyrimo imties pagrindu (apklausiamas asmuo kviečiamas dalyvauti panelėje)			
GIP	ADM populiacijos sąrašas	Adresas	Regionas, administracinis vienetas ir urbanizacijos lygis	Daugiapakopė tikimybinė
ELIPSS	Surašymo duomenys	Adresas	Regionas, urbanizacijos lygis (miestas-kaimas)	Daugiapakopė tikimybinė
NCP	Registras	Asmuo	Netaikoma	Paprasta tikimybinė
ATP	Atsitiktinių telefono numerių generavimas	Telefono numeris	Netaikoma	Paprasta tikimybinė
ATP nuo 2018 m.	JAV Pašto paslaugų pristatymo registras	Adresas	Netaikoma	Paprasta tikimybinė
Diagnoza społeczna	Surašymo duomenys	Adresas	Regionas, urbanizacijos lygis	Daugiapakopė tikimybinė
Understanding Society (bendroji populiacija)	JK Pašto adresų registras	Adresas	Regionas, vyraujantis užsiėmimas, gyventojų tankis, etninių mažumų tankis	Daugiapakopė tikimybinė
Gyventojų pajamos ir gyvenimo sąlygos	Gyventojų registras	Adresas	Regionas, urbanizacijos lygis	Daugiapakopė tikimybinė

Šaltinis: STRATA

Analizės rezultatai rodo, kad, dominuoja **adresų atranka** ir taikoma **stratifikacija regioniniu pagrindu**. Toliau pateikiami keleto panelinių tyrimų detalizuoti atrankos dizaino aprašymai:

- GESIS panelė:** Pradiniame tyrimo vykdymo etape atranka buvo atliekama keliais etapais. Visų pirma, visa Vokietijos teritorija suskirstyta į stratas pagal žemes, administracinius vienetus ir gyvenviečių struktūrą. Stratose naudojant proporcinę atsitiktinę atranką atrinktos 236 savivaldybės (pirminiai atrankos taškai). Tuomet atsitiktine tvarka iš pirminių atrankos taškų atrinktas tam tikras kiekis adresų (namų ūkių), kuriuose atrinktas vienas asmuo dalyvauti tyrime. Viso atrinkta virš 21 000 adresų (asmenų). Vėlesniuose tyrimo etapuose respondentai rekrutuojami vykdant kitas GESIS apklausas siekiant kompensuoti nubyrimą.

- **LISS panelė:** Atrankai naudotas sutrumpintas Nyderlandų adresų registras su 10 proc. atsitiktinai atrinktų adresų. Šis sąrašas yra kasmet sudaromas Nyderlandų Statistikos departamento. Iš šio sutrumpinto sąrašo bendradarbiaujant su Statistikos departamentu buvo atsitiktinai atrinkta 10 000 adresų imtis. Tyrimui perduoti duomenys – adresas, bendrijos kodas, namų ūkio gyventojų skaičius, vardai ir gimimo datos. Vėlesniuose tyrimo etapuose respondentai rekrutuojami iš to paties registro, tačiau taikoma stratifikacija siekiant kompensuoti nubyrijimą.
- **GIP:** Atrankai naudotas specialus ADM populiacijos sąrašas, kuris leidžia atrinkti imties vienetus pagal adresus. Vokietijos teritorija suskirstyta į stratas pagal žemes ir urbanizacijos lygį. Kiekvienoje jų atsitiktinai ir proporcingai populiacijos dydžiui atrinkta 250 (pirmoje tyrimo bangoje) pirminių atrankos taškų. Tuomet kiekviename taške atrinktas tam tikras kiekis adresų vadovaujantis atsitiktinės maršrutinės apklausos principais. Panašus atrankos metodas naudojamas ir papildant imtį.
- **ELIPSS panelė:** Iš surašymo duomenų buvo atrinkti 241 pirminis atrankos taškas, proporcingai populiacijos dydžiui stratosose suskirstytose pagal Prancūzijos regionus ir urbanizacijos lygmenį. Tuomet šiuose taškuose atsitiktinai atrinkti 4 500 adresai, kurie suskirstyti į pagrindinę (3 500) ir rezervinę imtį. Panašus atrankos metodas naudojamas ir papildant imtį.
- **NCP:** Tai išskirtinis tyrimas šiame kontekste, nes atranka vykdoma iš Norvegijos gyventojų registro ir tiesiogiai atrenkami gyventojai. Vykdoma tikimybinė atranka be papildomų stratifikavimo žingsnių. Tuometinė praktika leido tikėtis maždaug 14 proc. rekrutavimo sėkmės, todėl siekiant realizuoti 3500 dydžio imtį, buvo atrinkta 25 000 asmenų. Tyrimui perduoti duomenys: vardas, pavardė, adresas, lytis ir amžius.
- **Understanding Society** (bendroji populiacija): Tyrimo imtis sudaroma iš dviejų atskirų adresų sąrašų – vieno skirto Anglijai, Škotijai ir Velsui, ir antrojo – Šiaurės Airijai. Tyrime pirmiausiai atrenkami pirminiai atrankos taškai – pašto kodų sektoriai. Sektoriai su mažiau kaip 500 adresų sugrupuoti į didesnius. Sektoriai stratifikuoti pagal geografinius regionus, atitinkančius Anglijos, Škotijos ir Velso administracinį suskirstymą, vyraujančią užsiėmimo tipą, gyventojų tankį ir etninių mažumų tankį. Sistemines atrankos būdu atrinkti 2 640 pašto sektoriai su tikimybe proporcinga adresų sektoriuje skaičiui. Vėliau kiekviename sektoriuje atlikta sisteminė atsitiktinė adresų atranka. Iš viso atrinkta 47 520 adresų. Šiaurės Airijoje atlikta vieno etapo neklasterizuota sisteminė tikimybinė atranka, t. y. tiesiogiai atrinkti adresai (iš viso 2 400 adresų).
- **Gyventojų pajamų ir gyvenimo sąlygų tyrimas:** Atranka daroma iš Lietuvos Gyventojų registro. Tyrime naudojama sluoksniinė imtis. Visa Lietuvos teritorija suskirstoma į 25 nesikertančias dalis – sluoksnius. Atskirus sluoksnius sudaro 5 didžiausių miestų gyventojai, kiekvienos apskrities kitų miestų gyventojai ir kiekvienos apskrities kaimo gyventojai. Namų ūkių imties dydis kiekviename iš šių sluoksnių yra proporcingas 16 metų ir vyresnių gyventojų skaičiui juose. Kiekviename sluoksnyje yra naudojama namų ūkių imtis su tikimybėmis, proporcingomis namų ūkio dydžiui.

Tyrimuose vykdomuose didesnėse valstybėse atrankos procesas išskaidomas į daugiau etapų, tuo tarpu mažesnėse taikomi paprastesni atrankos metodai. Svarbu pastebėti, jog dauguma tyrimų atranką vykdė **iš nacionalinių registų bendradarbiaudami su statistikos departamentais** ar kitomis valstybinėmis įstaigomis, taip užtikrindami kokybišką pirminę duomenų atranką. Akivaizdu, kad atrankos metodų parinkimui didelės įtakos turi galimybės gauti populiacijos sąrašus. Pavyzdžiui, Nyderlanduose LISS panelė turėjo galimybę naudoti gyventojų registro duomenis, todėl taikė patį paprasčiausią tikimybinę atrankos metodą – paprastąją atsitiktinę imtį. Taip pat reikia pastebėti, jog dauguma tyrimų atrankos etape **stengiasi didinti reprezentatyvumą atsižvelgdami į vietovės dydį bei urbanizacijos lygį.**

#### 1.1.4. Imties reprezentatyvumas, nubyrejimas ir papildymas

Net užtikrinus kokybišką respondentų atrankos dizainą, imties **reprezentatyvumas** gali išsikreipti įvairiuose tyrimo etapuose. Galima išskirti du pagrindinius reprezentatyvumą iškreipiančius veiksnius: atrinktų kandidatų **atsisakymą dalyvauti** tyrime jo pradžioje bei **nubyrejimą** vėlesniuose jo etapuose.

Analizuoti paneliniai tyrimai rodo (žr. 3 lentelę), jog dažniausiai tyrėjams šiame etape pavyksta pasiekti **30-40 procentų įsitraukimą** skaičiuojant nuo pirminės asmenų ar adresų atrankos iki patvirtinimo ir sudalyvavimo pirmajame tyrime. Tai reiškia, jog, siekiant į tyrimą pritraukti 1 500 respondentų, pirminiame etape reikėtų atrinkti 4 000-5 000 asmenų. Taigi toks santykinai didelis respondentų atkritimas gali turėti reikšmingų pasekmių reprezentatyvumui. Kita vertus, išskirtinai šiame kontekste atrodo Lietuvos, Lenkijos ir Didžiosios Britanijos tyrimai, kurių rekrutavimo sėkmė – apie 66-83 proc.

Pirmajame – atrankos – etape respondentai gali atkristi dėl kelių priežasčių: 1) imties elementai netinkami (blogas adresas, asmuo negyvena duotu adresu, asmuo nekalba tyrimo kalba ir pan.); 2) imties elementai yra nepasiekiami tyrimo vykdymo laikotarpiu (pavyzdžiui, per nustatytą apsilankymų skaičių nieko nepavyksta rasti namuose); 3) imties elementai atsisako dalyvauti tyrime; 4) dėl kitų priežasčių.

Pirmasis veiksnys neišvengiamas dėl registrų ir populiacijos sąrašų netikslumų ir mažai gali būti įtakojamas tyrėjų pastangų. Siekdami sumažinti antrojo veiksnio nulemtą atkritimą nagrinėti tyrimai vykdė įvairius profilaktinius veiksmus, t.y. naudojo specialius respondentų kontaktavimo planus (plačiau aprašyta 4 skyriuje). NCP tyrimas pastebi, jog vėlesniais metais jų rekrutavimo (ne)sėkmei įtakos galėjo turėti pasikeitęs teisinis reguliavimas, kai tyrėjams buvo apribotas leistinų pakartotinių kontaktų su kandidatais skaičius. ELIPSS organizatoriai pastebi, jog sunku nustatyti kai kurių respondentų tinkamumą apklausai, kai su jais nepavyksta užmegzti jokio kontakto, todėl šiai paklaidai įvertinti dažnai tenka naudoti įverčius remiantis pasiektais kandidatais.

Trečiasis veiksnys yra itin kompleksiškas ir gali priklausyti nuo daugybės priežasčių. Nagrinėtų tyrimų organizatoriai išskyrė keletą pagrindinių akcentų: šalyje vyraujanti dalyvavimo / visuomenės aktyvumo tradicija, pasirinktas rekrutavimo būdas, skatinimo schemas, apklausos pobūdis, komunikacija apie projektą. GIP tyrėjai pastebi, kad jų rekrutavimo sėkmė, tarptautiniu mastu atrodanti ne itin patraukliai, yra gerokai viršijanti standartinį Vokietijos gyventojų aktyvumą, kai į nuomonės apklausas atsako apie 30 proc. respondentų. Tiesioginį kontaktą naudojusios apklausos (pavyzdžiui, Socialinė diagnozė, POLPAN, Understanding Society) ypač pabrėžė apklausėjų svarbą – apklausoms buvo pasirinkti tik patyrę apklausėjai, jie papildomai apmokyti. Tuo tarpu internetinių apklausų organizatoriai aprūpindavo respondentus apklausai reikalinga įranga (ELIPSS, CRONOS, GIP, LISS) arba užtikrindavo alternatyvų apklausos pildymo būdą (ATP, GESIS), o respondentų motyvaciją taip pat mėgino užtikrinti rekrutavimo priemonėmis. NCP projektas mini, jog dalį sėkmės galėjo lemti gera pirminė komunikacija: projekto pradžioje nemažai investuota į projekto komunikaciją, be to, apklausos pradžia sutapo su parlamento rinkimais, kurie suteikė galimybę papildomai reklamai. Visos nagrinėtos panelės išskyrus Lietuvos ir Lenkijos atvejus naudojo skatinimo schemas. Jų analizė rodo, jog naudotos paskatos turėjo reikšmingos įtakos respondentų pritraukimui. Detali skatinimo ir rekrutavimo schemų apžvalga pateikiama 4 skyriuje.

Pirminių panelių reprezentatyvumo parametrų analizė rodo, jog dažniausiai jau šiame etape gaunama tam tikra imties **reprezentatyvumo** paklaida. Dauguma tyrimų (ELIPSS, LISS, NCP, POLPAN, GIP, ATP) pastebėjo, jog, lyginant su surašymų duomenimis, imtyse būna neproporcingai daug aukštąjį išsilavinimą turinčių asmenų ir itin mažai vidurinį arba žemesnį už vidurinį turinčių asmenų, pastebimas vyresniosios amžiaus grupės respondentų trūkumas (skirtinguose tyrimuose ši grupė prasidėdavo nuo 55 metų, 65 metų arba daugiau), o vidurinėsios amžiaus grupės atstovų būna neproporcingai daug, taip pat dažnai vyrų skaičius būna neproporcingai didesnis nei moterų. Tiesa, NCP pastebi, jog moterų itin trūko vyresnėje amžiaus grupėje, o jaunesnėse, atvirkščiai, būdavo nepakankamai reprezentuojama vyrų grupė. Taip pat visuose tyrimuose paprastai pastebimas netolygus skirtingų regionų reprezentavimas. Amžiaus grupių netolygumus tyrimų autoriai linkę aiškinti didesniu studentų grupės užimtumu, o kai kuriais atvejais – ir jų nepastoviu adresu studijų laikotarpiu, tuo tarpu vyresnei amžiaus grupei vienas iš barjerų dalyvauti galėjo būti internetinis tyrimo formatas. ATP, LISS tyrimai taip pat pabrėžia, jog tyrime prastai atspindėtos etninės ir rasinės mažumos. Tam įtakos gali turėti ir pasirinkta klausimyno kalba (LISS atveju – tik valstybinė olandų).

Visi nagrinėti tyrimai šias iš tyrimo dizaino kylančias paklaidas sprendė konstruodami svorius. Dauguma tyrimų **svėrimui** naudojo surašymuose ar registruose esamus duomenis – **lytį, amžių, gyvenamąją vietą, tautinę ar rasinę tapatybę**. ATP tyrimas pastebėjo, jog, nepaisant naudotų prevencinių priemonių, jų apklausose taip pat pastebimas gyventojų politinio aktyvumo ir politinių pažiūrų nuokrypis, todėl ATP savo duomenis sveria pagal lytį, išsilavinimą, lyties ir išsilavinimo sąveiką, etninę/rasinę tapatybę pagal išsilavinimą, regioną ir vietovės tipą, savanoriškas veiklas, balsavimo aktyvumą, partinę priklausomybę ir naudojimąsi internetu. Vėlesniuose tyrimo etapuose imties netolygumai spręsti ir stratifikuojant papildančias imtis. Beveik visi nagrinėti tyrimai pirminę respondentų atranką vykdė adresų pagrindu, todėl neturėjo papildomų socialinių demografinių charakteristikų stratifikuotai sunkiau pasiekiamų grupių atrankai. Tačiau, pavyzdžiui, GSS tyrimas mini, jog 2016-2020 metų atrankose naudojo reaktyvų imties koregavimą jau rekrutavimo etape, t.y., koregavo rekrutavimo eigą pagal dalinius jo rezultatus, t. y. pagal reprezentatyvumo rodiklius. ATP tyrimas vėlesnėse bangose naudojo ir papildomą priemonę politinio angažuotumo nuokrypiams spręsti: rekrutavimo anketos buvo suformuluotos vengiant politinių klausimų, kad būtų pritraukti ir politika nesidomintys respondentai.

Taigi reprezentatyvumo problemų ir jų išvengimo praktikos kituose paneliniuose tyrimuose papildomai rodo poreikį **LIST apklausoje** stratifikuoti jau pirmuose atrankos etapuose imties elementus pagal įmanomai didesnį kiekį charakteristikų. Iš LR gyventojų registro įmanoma stratifikuoti asmenis **pagal lytį, amžių ir gyvenamąją vietą**. Kita vertus, imties **reprezentatyvumas** turi būti stebimas ir pagal kitus kriterijus, ypač **pagal tautybę ir išsilavinimą**.

**Nubyrėjimas** yra kita rimta problema, kuri iškreipia imties reprezentatyvumą. Tiek teorinė literatūra (Bryman, 2008), tiek nagrinėti tyrimai pabrėžia, jog nubyrančios grupės atstovai paprastai stipriai skiriasi savo charakteristikomis nuo ilgiau išliekančių panelės dalyvių. Pastebimos trys pagrindinės nubyrėjimo priežastys (Lepkowski, Couper, 2002): negebėjimas atsekti apklausiamojo buvimo vietos, negebėjimas su juo susisiekti ir atsakymas bendradarbiauti. Pirmosios dvi priežastys paprastai buvo sprendžiamos kaip ir pradinės imties atveju – atnaujinant kontaktinių duomenų bazę bei palaikant nuolatinį ryšį su atrinktais respondентаis. Trečiuoju atveju pastebėtos kelios skirtingos tendencijos.

GSS<sup>18</sup> mini, jog nubyrėti labiausiai linkę mažiau dalyvauti linkę ir mažiau socialinių ryšių turintys asmenys – tie, kurie nepalaiko nuolatinio ryšio su artimaisiais, neseka naujienų, nedalyvauja rinkimuose ar religiniuose susibūrimuose, nėra susituokę ir gyvena vieni. Kita dažnai nubyranti grupė buvo apklausėjų įvertinta kaip mažiau draugiški, nerodantys didelio susidomėjimo ir prastesnių kognityvinių gebėjimų asmenys (ši savybė galėjo būti susijusi su didesniu žemesnį nei vidurinį išsilavinimą turinčių asmenų nubyrėjimu). POLPAN tyrime ilgainiui tapo neproporcingai daug jaunesnės amžiaus grupės atstovų. Tuo tarpu Norvegijoje pasireiškė priešingas efektas – vyriausia amžiaus grupė, kuri tyrimo pradžioje buvo neproporcingai maža, tyrimo eigoje tapo neproporcingai didelė. Kita vertus, ėmė sistemiskai trūkti jauniausios amžiaus grupės atstovų, ypač – su žemesniu išsilavinimu. NCP tyrėjai tai aiškina didesniu vyresniosios grupės lojalumu ir atsakomybės jausmu. ATP pastebi, jog nubyrėjimas skyrėsi skirtingai rekrutuotose respondentų grupėse. Jų atveju paštu rekrutuoti respondentai buvo lojalesni nei rekrutuoti telefonu. LISS organizatoriai pastebi, jog **didžiausias nubyrėjimas pastebimas pirmosiose bangose** (ar po respondentų atnaujinimo), kai respondentai prisijungia prie tyrimo, o **ilgainiui nubyrėjimas mažėja**.

Svarstant nubyrėjimo klausimą verta atsižvelgti ir į atvejus, kai **respondentai nedalyvauja tik dalyje apklausų**. Skirtingi tyrimai nevienodai traktuoja dalyvavimo statusą panelėje. Pavyzdžiui, ELIPSS šalina respondentes, kurie nedalyvavo daugiau nei penkiose apklausose, tuo tarpu GIP leidžia nedalyvauti keliose apklausose (turėti „atostogas“ ir vėl grįžti), tačiau po dviejų nedalyvavimų iš naujo mėgina įtraukti respondentes. NCP ir GESIS panelės atveju daugiau nei trijose apklausose nedalyvavę asmenys nevertinami skaičiuojant apklausos atsakomumo lygį, o Understanding Society po dviejų nedalyvautų bangų respondentes priskiria „miegančiųjų“ kategorijai. Kai kuriuose tyrimuose respondentai įsipareigoja sudalyvauti bent keliose pirmose apklausose. ATP tyrimas kartą per metus peržiūri savo respondentų aktyvumą ir pašalina neaktyvius narius, nedalyvavusius kasmetinėje apklausoje, o taip pat per daug reprezentuojamų grupių atstovus ir negeranoriškus respondentes

---

<sup>18</sup> Žr. <https://gss.norc.org/Documents/reports/methodological-reports/MR118.pdf>



(pavyzdžiui, sistemiškai neatsakančius į daugiau kaip 80 proc. klausimų). GESIS ir LISS panelių atstovai teigia, kad **geriausia nuolat prižiūrėti imties reprezentatyvumą bei nubyrimą ir kuo greičiau imtis priemonių netikslumams taisyti**. Renkantis konkretų modelį reikėtų atkreipti dėmesį, jog, kai neatsakomumas yra sprendžiamas svoriais, jų reikia kiekvienai bangų porai, t. y., viso  $2^{t-1}$  (Duncan, Kalton, 1987: 310). Jei respondentai tik nubyra (bet negrįžta, neturi „atostogų“), užtenka tik t svorių.

Skirtingų tyrimų organizatoriai paprastai pasiekia 50-80 proc. atsakomumą atskirai tyrimo bangai. ELIPSS tyrėjai pastebi, jog šiam skaičiui įtakos gali turėti klausimyno ilgis bei duomenų rinkimo trukmė (šį aspektą pastebėjo ir ATP<sup>19</sup> rengėjai), tačiau nenustatytas sąryšis su klausimyno temos jautrumu. Pastebėta, jog geriau buvo vertinamos ilgesnės apklausos, pvz., 30 minučių<sup>20</sup>. Organizatoriai spėja, jog įtakos tam turėjo tai, kad ilgesnės apklausos atrodė didesnės svarbos. Pagal duomenų surinkimo laikotarpį, 12-23 dienas trunkančios apklausos pasiekė 75 proc. atsakomumą, o **laiką ilginant atsakomumas didėjo**. Ilgesnis laikotarpis leido geriau reprezentuoti ir prasčiau pasiekiamas respondentų grupes. Lietuvoje vykdomas Gyventojų pajamų ir gyvenimo sąlygų tyrimas pasiekia virš 70 proc. atsakomumą.

---

<sup>19</sup> Žr. <https://www.pewresearch.org/methods/2019/02/27/growing-and-improving-pew-research-centers-american-trends-panel>

<sup>20</sup> Žr. [https://quanti.dime-shs.sciences-po.fr/media/ckeditor/uploads/2015/11/23/bilan\\_pilote\\_cnis\\_20151015.pdf](https://quanti.dime-shs.sciences-po.fr/media/ckeditor/uploads/2015/11/23/bilan_pilote_cnis_20151015.pdf)

3 lentelė. Vertinime nagrinėtų kitų šalių panelinių tyrimų charakteristikos: imties dydis, nubyėjimas ir papildymas

	GESIS panelė	POLPAN	GSS	LISS panelė	CRONOS	GIP	ELIPSS	NCP	ATP	Diagnoza społeczna	Understanding Society	Gyventojų pajamos ir gyvenimo sąlygos
Pirminės (atrankinės) imties dydis	21870 adresų	--	2016: 6200 namų ūkių	10150 adresų (iš jų – 9844 tinkamų)	700-1200 priklausomai nuo bangos ir šalies	5500 adresų	Pilotinis: 4500 adresų  2016 m. papildymas: 9000 adresų (6000 pagrindinė imtis ir 3000 rezervinė imtis)	25000 asmenų	2014 telefonu: 9800  2018 paštu: 9400	3005 namų ūkių, 10000 individų	49915 adresų	7565 (2021 m.) namų ūkiai
Suformuotos imties dydis	7599 pirminių interviu, 6210 potencialių panelio narių	5817, nuo 1993 m. – 2500	Apie 2800	5176 namų ūkių (8026 asmenų); kitur: 48 proc. pirminės imties	500-700 priklausomai nuo bangos ir šalies	1590 panelio dalyvių	Pilotinis: 1039 asmenų (tikslas – 1500)  2016: Apie 2500	4870	2014 telefonu: 5338  2018 paštu: 8778	6625 asmenys	41047 asmenys	5655 namų ūkiai (2021 m.)
Pirminis atsakomumas	Pilotinis AAPOR1 RR1=35.5%; AAPOR RR5=38.6%, 25% prisijungė prie panelės	--	Apie 45 proc.	Rekrutavimo apklausą atsakė 75 proc. respondentų, prie panelės prisijungė 48 proc. namų ūkių	45-80 proc. priklausomai nuo bangos ir šalies	Pirminiai namų ūkių interviu: AAPOR RR1 42.1%  Prisijungimas prie panelės – 18 proc. nuo atrinktų asmenų (per	Pilotinis: 27 proc. prisijungė prie panelės  2016: RR3 =30%	Apie 20 proc.	2014: Telefonu – apie 50 proc., 2018: paštu – virš 90 proc.	Apie 66 proc.	Apie 57 proc. namų ūkių	Apie 75 proc.

						visus etapus)						
Nubyrėjimas	--	--	Svertas nubyrėjimas tarp pirmųjų bangų – apie 20 proc.	Vidutiniškai 12 proc. individų ir 10 proc. namų ūkių per metus	--	Suminis atsakomumas 21.5%	Po 5 proc per pirmus dvejus metus, vėliau – vidutiniškai po 10 proc. per metus	--	Pirmoji banga per 4 metus – po vidutiniškai 13 proc. per metus  Antroji banga per 3 metus – po vidutiniškai po 17 proc. per metus	Vidutiniškai 22 proc. per vieną bangą (10 proc. pirmosios bangos respondentų po 16 metų)	Paskutinis nubyrėjimas – 5 proc.	--
Bangos atsakomumas	Pirmą savarankiškai pildomą klausimyną užpildė 4961 respondentas (79,9 proc. iš potencialių)	Apie 70 proc.	--	Vidutiniškai 71-73 proc. (nuo 50 iki 80 proc.)  (2020-2021 m.)	55-80 proc. priklausomai nuo bangos ir šalies	--	--	--	Vidutinis pirmosios bangos atsakomumas apie 60 proc.	--	--	--
Palaikomas panelės dydis	Apie 5200	1700-2100	Apie 4500 (iš trijų rotacinių bangų)	5000 namų ūkių (7500 asmenų)	500-700 priklausomai nuo bangos ir šalies	Apie 4000 respondentų	3000-4000 asmenų	10000 aktyvių narių	10000 aktyvių narių	>20000 individų	40000	Apie 5000
Papildymo mechanizmas	Papildoma kitų tyrimų dalyviais	Sutikimą tęsti dalyvavimą išreiškę dalyviai, reprezentatyvi imtis jauniausiai amžiaus grupei, papildymas	--	Stratifikuota atranka daugmaž kas 2 metus. Papildymas (su pertekliumi) nepakankamai reprezent-	--	--	--	Atskiros reprezentatyvios kohortos	Tikėtina, kad atsitiktinai; kai kurios bangos skirtos papildyti (su pertekliumi) sunkiau pasiekiamas grupes	Planuota nepildyti; vėlesnis mechanizmas nėra apibrėžtas	--	Rotacinis principas (atskiros reprezentatyvios kohortos)

		iš ankstesnėse bangose iškritusių respondentų		tuojamų grupių								
Ar taikoma rotacija	Ne	Ne	Ne, bet padidinta pradinė imtis	Ne	Ne	Ne	Ne, bet padidinta pradinė imtis	Ne	Iš dalies (nuo 2018 apklausama tik dalis imties)	--	Taip	Taip. Keturių dalių rotacinis modelis (atskiros kohortos, įtraukiamos kasmet 4 metų periodui)
Ar taikomos finansinės paskatos	Taip	Taip	Taip	Taip	Taip	Taip	Taip	Taip	Taip	Taip	Taip	Ne

Šaltinis: STRATA

Reprezentatyvumo ir nubyrėjimo problemoms spręsti visos nagrinėtos panelinės apklausos taiko **imties papildymo mechanizmus**. Šis papildymas paprastai būna reikalingas tiek **dėl bendro imties dydžio sumažėjimo (nubyrėjimo)**, tiek dėl **sumažėjusio imties reprezentatyvumo**. Apie naujus respondentus duomenys renkami tik nuo jų įtraukimo į panelę, todėl svarbu apibrėžti, kaip į tyrimą įtraukiami nauji respondentai, kad nenukentėtų longitudinalinis tyrimo aspektas. Sunku įvardyti vyraujančias tendencijas, bet galima išskirti bent kelias skirtingas strategijas:

1. Kas keletą metų atrenkamos reprezentatyvios imtys, kurios sudaro **atskiras kohortas** (pavyzdžiui, GSS, NCP, Gyventojų pajamų ir gyvenimo sąlygų tyrimas).
2. **Papildomos prasčiausiai reprezentuojamos grupės** ir (arba) trūkstamos gyventojų grupės (pavyzdžiui, jauniausia amžiaus grupė) (pavyzdžiui, ATP, POLPAN, LISS, GESIS).

Pirmasis būdas galimai nesiorientuoja į visos imties kiekvienoje bangoje reprezentatyvumą, o veikia užtikrina reprezentatyvumą kiekvienos kohortos viduje. Toks būdas užtikrina panelės dydžio išlaikymą ir aiškiai nusako duomenų tęstinumo laike klausimą. Jei tokia panelė dar yra ir rotuojama (respondentai įtraukiami tik tam tikram laikui, kaip Lietuvos tyrimo atveju), gaunami trumpesni longitudinaliniai duomenys, bet išvengiama „respondentų išmokimo“ efekto (Bach, 2021). Antrasis būdas šiek tiek panašus į kartotinius tyrimus – taip užtikrinamas reprezentatyvumas bangos mastu, tačiau sunkiau apibrėžiamas duomenų tęstinumo laike klausimas. Kai kurie tyrimai (pavyzdžiui, NCP) skiria panelės narius nuo apklausos dalyvių. Panelės nariais laikomi tie, kurie užsiregistravo internetinėje platformoje, nepriklausomai nuo to, ar dalyvavo nors vienoje apklausoje, tuo tarpu apklausų dalyviais laikomi visi respondentai, užpildę tam tikrą dalį apklausų.

## 1.2. Apklausos vykdymo metodika

### 1.2.1. Apklausos būdas

XX amžiuje ir XXI amžiaus pradžioje vyravo trys pagrindiniai apklausų atlikimo būdai: paštu, telefonu ir (arba) tiesiogiai kalbinant respondentą. Kiekvienas iš šių būdų turi savo privalumų ir trūkumų (May, 2011):

- Gyva arba tiesioginė (angl. *face-to-face*) apklausa vis dar laikoma apklausų standartu, nes pasižymi aukštu atsakomumu. Be to, tai vienintelis būdas, leidžiantis įvertinti neverbalinius gestus bei kontekstą. Taip pat leidžia apklausėjui patikslinti klausimus, akcentuoti reikiamus dalykus. Šiuo apklausos būdu geriausia apklausinėti žemesnio raštingumo ir regėjimo problemų turinčius žmones. Kita vertus, šis apklausos būdas pasižymi didele kaina. Be to, atsiranda apklausėjo sąveika su respondentu, kuri gali turėti neigiamų efektų. Taip pat duomenų surinkimas trunka ilgiau nei kitais būdais.
- Apklausa telefonu pasižymi santykinu pigumu, didesnėmis galimybėmis stebėti apklausėjų darbo kokybę bei mažesniais apklausėjo efektais. Tačiau šiuo apklausos metodu neįmanoma vykdyti tyrimų, kuriuose bent kiek ilgesnis klausimynas, nes daug didesnė tikimybė, jog respondentai nebaigs atsakinėti klausimyno. Be to, atsakomumas ženkliai mažesnis nei tiesioginių apklausų atveju.
- Savipilda paštu suteikia anonimiškumo ir sumažina apklausėjo efektus. Taip pat tai santykinai labai pigus apklausos būdas bei suteikia galimybes pasiekti respondentus labai nutolusiose teritorijose. Kita vertus, jis netinka respondentams, kurie mažiau raštingi ir turi teksto skaitymo problemų. Be to, šis apklausos būdas reikalauja daug priminimų ir tikėtinas labai mažas atsakomumas.

XXI amžiaus antrajame dešimtmetyje ir pastaraisiais metais vis dažniau pereinama nuo tiesioginių apklausų prie **internetinių (savipildos)** klausimynų, o ypač didelį pagreitį tokio pobūdžio apklausos įgijo per COVID-19 pandemiją. Šis apklausos būdas pasirenkamas dėl kelių priežasčių. Pirmiausia, tokia apklausa yra **sąlyginai pigi**, nes jai nereikalingi apklausėjai, nereikia išteklių keliavimui pas respondentą. GIP tyrimo organizatoriai pastebi, jog internetinė apklausa yra pigesnė už tiesioginę net kai taikomos papildomos finansinės paskatos. Šio tyrimo atveju 15 minučių trukmės rekrutavimo apklausa (vykdyta tiesioginio interviu būdu) kainavo tiek pat kiek 12 internetinių apklausų po 20-25 minutes, įskaitant finansines paskatas (Blom, Gathmann, Krieger, 2015). Antra, respondentai gali užpildyti klausimyną jiems patogiu metu, taip galimai **sutrumpindami duomenų rinkimo laikotarpį** ir

duomenų nuokrypį dėl skirtingo jų surinkimo laiko. Trečia, tokios apklausos įgalina **naujus klausimų formatus**, papildytus interaktyviomis skalėmis, vaizdo medžiaga ir pan. Ketvirta, kaip ir kiti savipildos klausimynai, internetiniai klausimynai yra **palankesni jautriems ir intymesniems klausimams užduoti**, nes juose nedalyvauja pašaliniai asmenys. Paneliniams tyrimams taip pat aktualu, jog internetiniai klausimynai padeda spręsti ir gyventojų atsekamumo problemą po pirmosios apklausos, nes **leidžia palaikyti ryšį ir su dažniau gyvenamąją vietą keičiančiais respondentais** (Duncan, Kalton, 1987).

Kritikai pastebi, jog viena didesnių internetinių apklausų ar internetinių panelių problemų yra jų reprezentatyvumas, nes imčiai sudaryti nevykdoma tikimybinė atranka (Yeager et al., 2011). Kitas pastebimas trūkumas – tokiose apklausose dalyvauti reikalingas bent minimalus kompiuterinis raštingumas ir įranga (kompiuteris, planšetinis kompiuteris, išmanus telefonas ar pan.), todėl internetu nesinaudojančiai populiacijos daliai reikalingi papildomi sprendimai. Naudojant skirtingus apklausos būdus galimi mišraus apklausos būdo efektai, t.y. atsakymų skirtumai, kurie priklauso ne nuo respondentų nuomonių skirtumų, o nuo to, koku būdu vykdoma apklausa (Atkeson, Adams, 2018). ELIPSS tyrėjai pabrėžia, jog tokios apklausos reikalauja ir didesnių techninių adaptacijų, nes apklausos rezultatus gali veikti ir techniniai įrangos skirtumai (galingumas, ekrano parametrai, atvaizdavimo greitis) bei atvaizdavimo skirtumai skirtinguose įrenginiuose. Be to, kai kurie autoriai pastebi ir tai, jog savipildos klausimynai turi būti gana paprasti, gerokai paprastesni už kontaktinius, nes jose nedalyvauja apklausėjas, kuris galėtų paaiškinti sunkiau suprantamas vietas (May, 2011).

Nagrinėti paneliniai tyrimai taikė tris pagrindinius apklausos būdus (žr. 4 lentelę):

1. Tik internetinė apklausa (CAWI) – LISS panelė, CRONOS, GIP, ELIPSS, NCP.
2. Mišri apklausa naudojant internetinę apklausą:
  - a. Internetu (CAWI) ir paštu – GESIS, ATP.
  - b. Kiti mišrūs metodai – Understanding Society, GSS.
3. Neinternetinė apklausa (PAPI ir/arba savipilda paštu): POLPAN, Socialinė Diagnozė, Gyventojų pajamų ir gyvenimo sąlygų tyrimas.

Kaip rodo šiame ir ankstesniuose skyriuose nagrinėti duomenys, **neinternetinės apklausos** pasižymi santykinai aukštu atsakomumo procentu, tačiau yra brangios, duomenų surinkimas ir apdorojimas ilgai užtrunka (ypač popierinių apklausų atveju, kai duomenis reikia papildomai suskaitmeninti). Kai derinami tiesioginė apklausa su savipilda, išlieka rizika, jog atsakymai skirsis dėl apklausėjo dalyvavimo, nes tiesioginei apklausai būdingas vadinamasis „apklausėjo efektas“, kai atsakymuose aptinkami nuokrypiai dėl galimos apklausėjo įtakos (Ramonaitė, 2020).

Šiam metodui priešingas yra **pilnos internetinės apklausos būdas**. Šiose apklausose nelieka tiesioginio kontakto, todėl įprastai naudojamos kito tipo paskatos siekiant motyvuoti respondentus ilgą laiką dalyvauti apklausose. Šios apklausos „paveldi“ visus internetinių apklausų privalumus ir trūkumus. Jei pavyksta visus respondentus įtraukti internetiniu būdu, galima išvengti skirtumų dėl apklausos būdo. Deja, ne visose valstybėse interneto ir kompiuterio naudojimas yra pakankamas, kad būtų galima iškart naudoti tik internetinę savipildą. Dėl pakankamai aukšto internetinio raštingumo tik Norvegijoje vykdomas NCP tyrimas pasirinko neieškoti papildomų metodų alternatyvioms apklausoms. Kiti tyrimai, pasirinkę šį metodą (LISS, CRONOS, GIP, ELIPSS), respondentus aprūpino reikiama įranga, interneto ryšiu, technine pagalba ir instruktavimu. LISS ir GIP tyrimai šiam sprendimui pasitelkė specializuotą įrangą (supaprastintus kompiuterius, pritaikytus mažiau įgūdžių turintiems respondentams), kurią užtikrino bendradarbiaudami su partneriais. Tuo tarpu CRONOS ir ELIPSS pasirinko aprūpinti visus savo respondentus standartiniais planšetiniais kompiuteriais, kurie užtikrino vienodą klausimų atvaizdavimą, o taip pat buvo pritaikyti patogiam klausimyno pildymui, įskaitant tokias funkcijas kaip klausimyno pildymas balsu ar atsakymų „tampymo“ (angl. *drag and drop*) funkcija. Tokia prieiga turi ir papildomų teigiamų efektų, nes didinamas visuomenės skaitmeninis raštingumas. Vis dėlto, toks metodas reikalauja nemažų finansinių investicijų. GIP ir ATP organizatoriai pastebi, jog ne visi anksčiau internetu nesinaudoję namų ūkiai galiausiai prisijungė prie internetinės apklausos (GIP atveju – apie 14 proc. iš nurodžiusių, kad neturi tokios galimybės), tačiau toks įsitraukimas vis vien pagerino imties reprezentatyvumą lyties ir amžiaus požiūriu. Nyderlanduose šis motyvacinis mechanizmas pasirodė pakankamai patrauklus. Internetu nesinaudojančios

populiacijos dalies įtraukimas naudojant kompiuterius gali kelti nuogąstavimus, ar ši populiacijos dalis vis dar gali būti laikoma reprezentuojančia internetu nesinaudojančius gyventojus. LISS tyrimas po 15 metų tokios praktikos pastebi, jog toks pasirinkimas reikšmingos įtakos neturėjo – dauguma respondentų gautus kompiuterius naudoja tik apklausoms pildyti. Reikėtų pastebėti, jog visi minėti tyrimai prasidėjo 2007-2012 metais, kai technologinės priemonės gerokai skyrėsi nuo dabartinių. Neatmetama galimybė, kad šiuo metu gera alternatyva galėtų būti išmanieji telefonai. 45 proc. NCP respondentų apklausas atsakinėja telefonu. ATP duomenimis, dar 2014 m. jų apklausoms pildyti didžioji dalis respondentų rinkosi kompiuterį, o 2018 m. daugiau nei pusė apklausų buvo užpildytos išmaniaisiais telefonais. Jie taip pat pastebėjo, jog šį būdą dažnai rinkosi asmenys, kurie įprastai yra prastai reprezentuojami kitose imtyse.

Trečiasis būdas **derina ką tik aprašytus internetinį ir neinternetinį metodus**. Pagrindinis tokio mišraus tipo tikslas – **išnaudoti internetinės savipildos privalumus ir prisitaikyti prie respondentų, kurie nesinaudoja informacinėmis ir komunikacinėmis technologijomis**. GESIS panelės atveju paštu apklausą pildo apie 25 procentus visų respondentų – daugmaž tiek, kiek GIP panelės rekrutavimo etape buvo nurodžiusių, kad namuose interneto nenaudoja. GSS atveju apie 70 proc. respondentų pasirinko savipildą internetu, o likę 30 proc. telefonu. Mišrus apklausos būdas panaikina technikos įsigijimo ir perdavimo sunkumus. Taip pat teigiama, kad tam tikra dalis potencialių respondentų apskritai nenori apklausoje dalyvauti internetiniu būdu (GESIS atstovų teigimu, tokių respondentų yra apie 15 procentų nuo apklausoje dalyvaujančių ne internetinėmis priemonėmis). Deja, dažnu atveju išauga apklausos kaštai ir išlieka rizika, jog bus tam tikri duomenų skirtumai priklausomai nuo atsakinėjimo būdo. Reikėtų pastebėti, jog derinant internetinę apklausą su popierine gali gerokai skirtis klausimų pateikimo būdai (šis aspektas dar stipresnis telefoninės alternatyvos atveju). Taip pat pabrėžiama, jog pirmenybė turėtų būti teikiama savipildos klausimynams (paštu ar apklausėjui atvykstant į namus su popierine apklausa arba kompiuteriniu prietaisu). Nors apklausa paštu galimai yra pigiausias būdas, tačiau dažnai turi gan žemą atsakomumo procentą. Tuo tarpu apklausėjui atvykstant į namus apklausos kaštai išauga. Geriausia kombinacija šiuo atveju atrodo internetinės apklausos papildymas apklausa paštu. Tokiu būdu užtikrinamas didžiausias atitikimas tarp abiejų apklausos vykdymo būdų: abu variantai vykdomi savipildos būdu (de Leeuw, Hox, 2011). Tačiau siekiant didesnio atsakomumo galima internetinės savipildos klausimyną papildyti anketavimu, kai apklausėjas atvyksta pas respondentą, palieka klausimyną, o užpildžius po tam tikro laiko surenka.

Manoma, jog pilnai internetinę apklausą galima vykdyti, jei interneto vartotojų skaičius viršija 95 proc. populiacijos. ITU duomenimis<sup>21</sup>, Lietuvoje 2021 internetą turėjo 86,6 proc. namų ūkių ir 86,9 proc. 16-74 metų individų, o kompiuterį naudojo 81,4 proc. namų ūkių ir 75,9 proc. individų. Mobiliojo ryšio ir mobiliojo interneto vartotojų skaičius tais metais viršijo gyventojų skaičių, tikėtina, dėl darbinių telekomunikacijos priemonių ir pan.

### 1.2.2. Apklausos trukmė ir periodiškumas

Tyrėjai pastebi (Scherpenzeel, 2011; Blom et al., 2015; Blom et al., 2016; Cornilleau, Duwez, 2021), kad panelinė apklausa turi ryškių pranašumų prieš kitokio pobūdžio apklausas. Pirmiausia, tai yra vienintelis kiekybinis tyrimo metodas, leidžiantis sekti ne tik nuomones bei jų pokyčius visuomenėje, bet ir jų sąryšius ir raidą individo lygmeniu (Duncan, Kalton, 1987). Tai savo ruožtu įgalina vykdyti priežastinių ryšių tyrimus, taip pat sekti viešosios politikos vertinimų, nuostatų ir elgsenos pokyčius individo lygmeniu (Hillygus, Snell, 2018). Be to, toks metodas leidžia nuosekliai kaupti duomenis apie gerokai įvairesnes temas nei leistų vienkartinė apklausa, nes apklausą galima išskaidyti į keletą smulkesnių dalių ar etapų. Taip pat pastebima, jog panelinės apklausos, o ypač – vykdomos internetu, yra gerokai pigesnės nei vienkartinės, nes sutaupoma respondentų atrankai ir rekrutavimui reikalingų resursų, o nuotolinės apklausos atveju – ir apklausėjų kaštų (Hays et al., 2015).

Panelinių tyrimų teorija taip pat teigia, jog vienas iš šio metodo privalumų yra galimybė nedideliu laiko atstumu įvertinti respondentų nuomones, vertinimus, vertybes ir elgsenas, išvengiant retrospektyvinių klausimų ir atminties klaidų, kurios dažnai pasitaiko klausimuose apie seniai įvykusius įvykius. Tam įprastai pasitarnauja

---

<sup>21</sup> Žr. <https://www.itu.int/en/ITU-D/Statistics/Pages/stat/default.aspx>

dažnesnės apklausos, kuomet toks „teleskopo efektas“ galimai būna būdingas tik pirmajai apklausai, o nuo antrosios leidžia vertinti įvykius ne didesniu laiko atstumu nei trukmė nuo paskutinės apklausos.

Kita vertus, esama ir metodo trūkumų. Ilgalaikėms panelinėms apklausoms sukurti ir išlaikyti reikia nemažai finansinių išteklių, o taip pat laiko bei įgūdžių. Vienas didžiausių iššūkių – ilgalaikėms apklausoms yra būdingas respondentų nubyrėjimas, kuris gali atsiliiepti imties reprezentatyvumui (Scherpenzeel, 2011; Bosnjak et al., 2013). Be to, pakartotinai apklausiant tuos pačius respondentus, galimas „respondentų išmokimo“ (angl. panel conditioning) efektas (Bach, 2021).

Nagrinėti paneliniai tyrimai taikė dvi pagrindines strategijas klausimynų trukmei ir periodiškumui (žr. 4 lentelę):

1. Ilgesnės trukmės klausimynai (valandos ir ilgesni), vykdomi kas metus arba rečiau.
2. Trumpesni klausimynai (15-30 minučių), vykdomi kas keletą mėnesių.

Reikėtų pastebėti, jog pirmąjį būdą išskirtinai rinkosi neinternetiniai tyrimai (arba labiau neinternetiniai), tuo tarpu visi internetinės savipildos ir mišrūs tyrimai rinkosi antrąjį variantą. Žinoma, toks pasirinkimas yra susijęs su apklausos būdu ir su tyrimo kaštais. Iš nagrinėtų tyrimų dizaino galima spėti, jog respondentui tenkanti bendra klausimyno apimtis per metus pirmu ir antru atveju yra panaši, tačiau pirmuoju atveju visas klausimynas yra užpildomas vienu ypu, o antru atveju – per kelis atskirus kartus. Antrasis dizainas mažiau vargina respondentus, tačiau išlieka rizika, jog dalis duomenų nebus surinkta, jei respondentas nedalyvaus vienoje ar keliuose apklausose. Tačiau, kadangi ta pati rizika (kaip ir rizika nebaigti klausimyno) išlieka ir pasirinkus pirmąjį dizainą, duomenų praradimo / dalinio neužpildymo grėsmė nėra laikoma kritine.

GIP tyrimo organizatoriai pabrėžia, jog dažnesnės apklausos turi ir papildomų privalumų – respondentai, su kuriais palaikomas dažnesnis kontaktas, yra lengviau atsekami, rečiau pasitaiko kontaktų pametimo problemų (tai, be abejo, palengvina ir virtualių kontaktų (elektroninio pašto), kurie nekinta respondentui kraustantis, naudojimas). Dažniau atliekamos apklausos suteikia lankstumo ir klausimyno dizainui, nes skirtingi klausimų blokai gali būti kartojami nevienodais intervalais stipriai neiškreipiant bendros klausimyno trukmės.

ELIPSS tyrėjai pastebėjo, jog klausimyno trumpinimas respondentų nebūtinai yra laikomas privalumu. Sąlyginai ilgesnės apklausos gali atrodyti didesnės svarbos ir dėl to respondentai gali būti linkę jas pildyti. Svarbu pabrėžti, jog apklausos apimtis iš dalies priklauso ir nuo galimybių įtraukti duomenis iš kitų šaltinių. Pavyzdžiui, LISS panelė dalį duomenų apie respondentus gauna iš nacionalinių registrų. Tyrimo ilgalaikiškumas taip pat leidžia trumpinti (ir suasmeninti) kai kuriuos klausimus. Pavyzdžiui, klausimą „Koks jūsų užsiėmimas?“ su visais galimais variantais galima keisti į „Praėjusį sykį dirbote ... . Ar kas nors keitėsi jūsų darbe?“.

ATP tyrėjai pabrėžia, jog ne mažiau svarbus ir klausimyno užpildymui skirtas laikas. Kai trumpesnės (ypač – internetinės) apklausos gali būti atliekamos dažniau, o duomenys surenkami greičiau, mažėja duomenų skirtumai dėl apklausos pildymo laiko skirtumų. Deja, skiriant mažiau laiko lauko darbų laikotarpiui gali nukentėti imties reprezentatyvumas dėl sunkiau pasiekiamų grupių. Šį nuokrypį tyrimų organizatoriai dažnai sprendžia daugiau investuodami į paskatas bei komunikaciją, tačiau toks sprendimas padidina tyrimo kaštus.

Nepriklausomai nuo dažnio, tyrimų organizatoriai pastebi, jog apklausų reguliarumas gali padėti spręsti net kelias problemas: kai apklausos yra organizuojamos iš anksto nuspręstais pastoviais intervalais, išvengiama sezoniškumo efektų, o taip pat respondentai gali patys sudalyvauti apklausoje, net kai dėl kokių nors priežasčių jų nepasiekia kvietimo informacija.

#### 4 lentelė. Vertinime nagrinėtų kitų šalių panelinių tyrimų charakteristikos: apklausos būdai ir vykdymas

	Apklausos tipas	Vidutinė apklausos trukmė	Atlikimo periodiškumas
GESIS panelė	CAWI+paštu	20-25 min (7 min branduoliui, likusi dalis – kintamiems klausimynams)	Ketvirtinė, iki 2020 m. – kas 2 mėn.
POLPAN	PAPI+paštu	Apie 75 min.	Kas 5 metus
GSS	CATI+CAWI	Apie 90 min.	Kas 2 metus



LISS panelė	CAWI	15-30 min.	Kasmėnesinė
CRONOS	CAWI	≤20 min.	6 bangos per 12 mėn.
GIP	CAWI	20-25 min.	Kas 2 mėn.
ELIPSS	CAWI	≤30 min.	Kasmėnesinė
NCP	CAWI	15 min.	Tris kartus per metus
ATP	CATI/CAWI+paštu	15-20 min	Kasmėnesinė arba dažnesnė
Diagnoza społeczna	PAPI (savipilda asmeniui + interviu namų ūkiui)	60 min.	Kas 2 metus
Understanding Society	PAPI/CAPI+CAWI+CASI+CATI	Apie 50 min: 10 min. namų ūkių + 33 min. tiesioginio + 7 min. savipilda	Kasmetinė
Gyventojų pajamų ir gyvenimo sąlygų tyrimas	PAPI	60 min.	Kasmetinė

Šaltinis: STRATA

### 1.2.3. Apklauso vykdyimo logika ir etapai

Nagrinėti paneliniai tyrimai vykdyimo logikos požiūriu skiriasi pagal tai, ar turi **rekrutavimo etapą**. Tiesioginiu būdu vykdomi tyrimai rekrutavimo etapo neturi: atrinkti imties elementai iš karto patenka į panelę, jei sutinka dalyvauti, ir būna apklausiami. Internetu (ar mišriai su internetiniu variantu) vykdomos panelinės apklauso paprastai turi tris etapus: rekrutavimo, pirminės apklauso ir pagrindinio tyrimo. Pirmajame etape iš bendrosios imties pritraukiami potencialūs panelės dalyviai (plačiau žr. kitame skyrelyje). Pirminės apklauso metu sutikusiai dalyvauti panelėje respondentai prisijungia prie internetinės sistemos arba paštu užpildo pirminę apklausą, kurioje daugiausiai renkama socialinė demografinė informacija apie panelės dalyvius. Po to, dalyvaujama pagrindinio tyrimo bangose, kuriose pagrindiniai yra nuomonių, vertinimų, vertybių ir elgsenos klausimai.

### 1.2.4. Rekrutavimas dalyvauti apklausoje

Vienas iš itin svarbių panelinio tyrimo sėkmės garantų yra gebėjimas užtikrinti respondentų dalyvavimą pirminėje ir vėlesnėse apklauso (Rao et al., 2010). Šiuo požiūriu nagrinėti tyrimai skyrėsi šiais pagrindiniais aspektais (žr. apibendrinimą 6 lentelėje):

1. Rekrutavimo pobūdis (naujai atrinkti asmenys/namų ūkiai ar (iš dalies) dalyvavę kituose tyrimuose).
2. Kontakto su potencialiais respondентаis forma (tiesioginis rekrutavimas / telefoninis rekrutavimas / nuotolinis rekrutavimas paštu / jų derinys);
3. Skatinimo priemonės.

**Rekrutavimo pobūdis.** Pirmajame respondentų rekrutavimo etape respondentai paprastai atrenkami taikant tikimybinės atsitiktinės atrankas (žr. 3 skyrių). Tačiau pildant imtį siekiant padidinti jos reprezentatyvumą laikui bėgant ir kompensuoti respondentų nubyrėjimą taikomos įvairios praktikos. Paprastai **imčiai papildyti naudojamos mažesnės tikimybės atsitiktinės atrankos su tam tikrų grupių didesne reprezentacija** (ypatingai jaunesnių ir vyresnių amžiaus grupių). Tokia praktika nusistovėjo vykdam, pavyzdžiui, LISS ir POLPAN apklauso. Šis rekrutavimo būdas leidžia ištaisyti reprezentatyvumo paklaidas ir yra santykinai nepriklausomas nuo įvairių pašalinių įtakų. Kita vertus, jis yra santykinai brangus, nes reikia investuoti nemažai papildomų lėšų pritraukiant naujus respondentes į panelę.

Dėl finansinių kaštų taupymo ir esant galimybėms (nes organizacijos vykdo daug kitų tikimybinių reprezentatyvių tyrimų) dalis tyrimų (ATP, CRONOS, papildymo bangoms – GESIS panelė) pasirenko panelinio tyrimo dalyvius **rekrutuoti iš jau anksčiau vykdytų apklauso dalyvių**. Pavyzdžiui, ATP respondentai buvo atrinkti 2014 metų Politinės poliarizacijos ir tipologijos apklauso, o šios telefoninės apklauso pabaigoje pakviesti prisijungti prie panelinio ATP tyrimo. Tokia rekrutavimo forma galimai padidina respondentų atsakomumą (ATP pavyko pritraukti apie 60 proc. kandidatų), tačiau gali iškreipti respondentų charakteristikas. Pavyzdžiui, ATP tyrėjai

pastebėjo, kad jų respondentai yra santykinai pilietiškai aktyvesni nei leistų tikėtis šalies rodikliai. Taip pat buvo pastebėta, jog dėl politinio turinio rekrutavimo apklausoje realizuotoje imtyje atsirado neproporcingai daug besidominčiųjų politika.

**Kontaktavimo formos.** Rekrutavimo forma dažnai pasirenkama atsižvelgiant į keletą veiksnių: **efektyvumą, kaštus bei turimus resursus**. Tyrėjai pastebi, jog rekrutavimo būdo pasirinkimui įtakos gali turėti ir vyraujančios visuomenės nuotaikos dėl apklausų patikimumo, reikalingumo ir gausos (Blom et al., 2016).

Nagrinėti tyrimai rinkosi sąlyginai panašią rekrutavimo praktiką: beveik visi tyrimai, nepriklausomai nuo jų vėlesnės formos, rekrutavimą vykdė **tiesioginio interviu būdu**, apie kurį iš anksto įspėdavo atrinktus kandidatus paštu. LISS organizatoriai derino telefoninį ir tiesioginio apsilankymo rekrutavimą. ELIPSS tyrėjai pabrėžia, jog tokią formą pasirinko po pilotinio tyrimo, kuriame nustatė, jog toks metodas yra efektyvesnis nei rekrutavimas paštu.

Šiuo atžvilgiu išsiskyrė tik trys tyrimai: JAV atliekami GSS ir ATP tyrimai bei Norvegijoje vykdomas NCP. GSS ir ATP iš pradžių rinkosi **telefoninę atranką** (kuri JAV ilgą laiką buvo įprasčiausia apklausų vykdymo praktika), ir tik vėliau perėjo prie rekrutavimo paštu (kai buvo sutvarkytas pašto adresų registras ir tapo prieinamu tyrėjams). Telefoninis rekrutavimo būdas apskritai respondentų prisijungimo prie panelės lygio nesumažino, o kartais prisijungimo lygis buvo aukštesnis už tiesioginio rekrutavimo skaičius kituose nagrinėtuose tyrimuose.

Tuo tarpu NCP, vėlesnėse bangose – ir ATP bei GSS, taikė **rekrutavimą paštu** (kartais jį derindami su elektroniniu paštu). Šis būdas yra laikomas vienu pigiausių, ir todėl patogus, kai siekiama rekrutuoti didelį skaičių respondentų, tačiau paprastai nepasižymi dideliu atsakomumu. NCP atveju atsakomumas siekė apie 20 proc. Kita vertus, ATP atveju atsakomumas siekė 90 proc. ATP netgi mini, jog paštu rekrutuoti respondentai buvo aktyvesni ir geriau įsitraukė į apklausas. Esant tokiems dideliems skirtumams tikėtina, jog tikrąją sėkmę lėmė skatinimo schemos (žr. toliau) ar net kultūriniai skirtumai. Taip pat tikėtina, jog tokį būdą sėkmingiau gali naudoti jau žinomumą turintys tyrimai. Pavyzdžiui, iki pradėdamas panelines apklausas, GSS tyrimus JAV atlikinėjo daugiau nei 50 metų.

ELIPSS tyrėjai bandomojo tyrimo metu tikrino skirtingų rekrutavimo būdų efektyvumą. Taikant rekrutavimą paštu dalyvauti sutiko 7 proc., o 92 proc. imties elementų net nepateikė jokie atsakymo. Po priminimo paštu sutikusiujų skaičius pakilo iki 12 proc., o niekaip neatsakiusių liko 83 proc. Po papildomo skambučio įsitraukusiųjų skaičius padidėjo iki 15 proc. Kitos nagrinėtos rekrutavimo schemos parodė, jog tiesioginis (gyvas) kontaktas po laiško pritraukė 19 proc. kandidatų, tik gyvas kontaktas – 33 proc., tik telefoninis – 29 proc., gyvas kontaktas po skambučio telefonu – 21 proc. respondentų.

**Tiesioginio rekrutavimo sėkmė skirtingiems tyrimams taip pat nebuvo vienoda.** Pirma, matyti, jog tiesioginis rekrutavimas buvo pakankamai efektyvus tyrimams, kurie atlieka tiesiogines apklausas. Socialinė Diagnozė, Understanding Society, Gyventojų pajamų ir gyvenimo sąlygų tyrimas rekrutavimo metu pasiekė virš 60 proc. atsakomumą, nepaisant to, jog jie dažnu atveju netaikė papildomų skatinimo priemonių. Tuo tarpu internetu vykdomoms apklausoms rekrutavimo sėkmė buvo gerokai mažesnė. Tačiau LISS pilotiniame tyrime buvo pastebėta, jog tiesioginis rekrutavimas buvo efektyviausia kontaktavimo forma, efektyvesnė už rekrutavimą telefonu (nors pasiekiamumas telefonu buvo didesnis). Iš turimų duomenų galima spręsti, jog, nepaisant kitų veiksnių, perėjimas iš pirminės rekrutavimo apklausos į internetinį etapą buvo vienas iš pagrindinių probleminių žingsnių. Tiesioginių apklausų atveju yra galimybė rekrutavimo metu atlikti ir tiesioginę apklausą, tuo tarpu internetinėse apklausoje atsiranda papildomas žingsnis, kai pačiam respondentui reikia prisijungti prie apklausos vykdymo platformos. Tai rodo LISS tyrimo pavyzdys, kai net naudojant mišrų rekrutavimo metodą pirminėje rekrutavimo apklausoje sutiko dalyvauti 75 proc. pasiektų kandidatų, tuo tarpu prie internetinio tyrimo prisijungė jau tik 48 proc.

Konsultacijų su LISS tyrimo organizatoriais metu paaiškėjo, jog rekrutavimas (ypač – tiesioginis) yra laikomas viena brangiausių tyrimo dalių, todėl šiuo metu yra nagrinėjamos ir kitos schemos, pavyzdžiui, pigiausia alternatyva – laiško su QR kodu. Visais atvejais šis tyrimas išlaiko besąlyginį kandidatų skatinimą. Svarbu atkreipti dėmesį į tai, kad tiesioginis rekrutavimas yra itin imlus laikui: LISS tyrimo atveju pirmojo rekrutavimo darbai užtruko daugiau nei pusę metų.

**Skatinimo priemonės.** Beveik visi tyrimai, išskyrus Gyventojų pajamų ir gyvenimo sąlygų tyrimą ir POLPAN, rekrutavimo etape taikė finansines skatinimo priemones (arba pažadą, jog jos bus taikomos ateityje). Konkrečios skatinimo priemonės buvo parinktos atsižvelgiant į mokslinėje literatūroje gautus rezultatus bei savo turimus išteklius. Mokslinėje literatūroje pabrėžiama, jog **besąlyginė pinigine paskata yra efektyviausias respondentų skatinimo metodas** (Scherpenzeel, Toepoel, 2012; Singer, Ye, 2013; Yu et al., 2017; Lipps et al. 2019). Vis dėlto, dėl ribotų resursų ir nusistovėjusių vietinių praktikų tyrimai pasirinko skirtingas taktikas.

Nagrinėtuose tyrimuose naudotos skatinimo priemonės pagal pobūdį:

1. Jokio skatinimo (Gyventojų pajamų ir gyvenimo sąlygų tyrimas, POLPAN ankstyvojoje fazėje).
2. Paskatų žadėjimas vėlesniuose etapuose (NCP, Socialinė Diagnozė).
3. Sąlyginis skatinimas (GESIS, GIP, ATP).
4. Besąlyginis skatinimas (ELIPSS, LISS, GIP, GSS, Understanding Society).

Skatinimas buvo įgyvendinamas pasirenkant skirtingas skatinimo formas: grynaisiais pinigais / čekiu, dovanų čekiu, galimybe paaukoti labdarai, dovanomis, konkursinio tipo bilietu, kitu formatu (kompiuteriais / planšetėmis ir interneto ryšiu). Daugeliu atvejų pabrėžiama, jog gryniesi pinigai yra efektyviausia skatinimo priemonė, tačiau alternatyvos buvo pasirinktos dėl patogumo arba administravimo kaštų. Kitų skatinimo būdų patrauklumas trumpai bus aptarimas panelės palaikymo strategijos skyriuje. Tyrėjai pastebi, jog skatinimo būdas turi būti pasirinktas taip, jog neiškreiptų pirminių imties charakteristikų (pavyzdžiui, nesukurtų papildomų pajamų iškraipymo efektų, specifinių prekių ženklų populiarinimo ar pan.).

Absoluti dauguma internetu vykdomų tyrimų **skatino savo respondentus jau rekrutavimo fazėje**. Tiek Nyderlanduose, tiek Vokietijoje, tiek Prancūzijoje vykdyti tyrimai pabrėžė, jog anksčiau jų šalyse nebuvo taikyta paskatų praktika, todėl jų organizatoriai galimą paskatų **poveikį testavo pilotinėje tyrimų fazėje** (buvo tiriamos tiek skirtingos skatinimo schemas, tiek galimybės neskatinti respondentų). Visi tyrimai nurodė nustatę ryškų teigiamą paskatų poveikį. Besąlyginės paskatos visais atvejais buvo veiksmingesnės nei sąlyginės, net kai siūloma skatinimo suma buvo ganėtinai nedidelė (ir mažesnė nei sąlyginė). LISS tyrėjai nustatė, jog maždaug 10 eurų paskata reikšmingai padidina tikimybę, jog atrinktas kandidatas prisijungs prie panelės, tuo tarpu 20 ar 50 eurų paskata papildomos naudos nedavė (tyrimas atliktas 2007 m.). Organizatoriai pabrėžė, jog pastaraisiais metais buvo atlikti papildomi eksperimentai, patvirtinę, jog net ir 5 eurų besąlyginė paskata buvo pakankama efektui pasiekti. Pavyzdžiui, GIP tyrime 5 eurų besąlyginė paskata pritraukė 8,9 proc. daugiau respondentų nei 10 eurų sąlyginė. Papildoma besąlyginė paskata laiške turėjo papildomą teigiamą poveikį: iš skatintų respondentų (besąlyginė paskata priminimo laiške) prie tyrimo prisijungė 30 proc. respondentų, kai paskatų negavusių priminime prisijungė tik 13 proc. Panašus efektas pastebėtas ir kituose tyrimuose. ELIPSS tyrimas nuo antrosios bangos piniginių skatinimo netaikė dėl ribotų resursų, tačiau jie kiekvienam savo dalyviui duoda planšetinį kompiuterį, kurį galima naudoti ir savo reikmėms, tad skatinimas išlieka. Be abejo, tai yra pati brangiausia skatinimo forma. Tačiau visais atvejais buvo apskaičiuota, jog internetinė apklausa su skatinimu organizatoriams kainavo pigiau nei atliekant tiesioginį interviu, nes yra sutaupomi apklausėjų darbo kaštai. Pavyzdžiui, GESIS tiesioginė apklausa vidutiniškai kainuotų apie 25 eurus, kas yra gerokai daugiau už skatinimui numatytą sumą.

Be to, ELIPSS tyrėjai pastebi, jog, netaikant skatinimo schemų tolesnėse apklausose, skatinimas rekrutavimo etape respondentų dalyvavimo tolimesnėse apklausose nepaveikė (ir vieni, ir kiti buvo panašiai aktyvūs).

**Loterinį (potencialų) skatinimą** taiko du tyrimai: NCP ir Socialinė diagnozė. Akivaizdu, kad toks skatinimas reikalauja gerokai mažiau resursų nei sąlyginis ar besąlyginis skatinimas. Iš turimų duomenų sunku įvertinti šio skatinimo būdo patrauklumą. NCP rekrutavimo sėkmė siekė apie 20 proc., mažiau nei daugumos internetinių tyrimų. Tuo tarpu Socialinė diagnozė pasiekia panašius rezultatus kaip ir kiti tiesioginiai tyrimai.

Pastebima, jog jokio finansinio skatinimo netaiko tik tiesioginius interviu atliekantys tyrimai. Jų rekrutavimo sėkmė yra pakankamai gera. Deja, iš nagrinėtos medžiagos galima spręsti, jog ši praktika nėra efektyvi internetu vykdomų tyrimų atveju. Svarbu pastebėti, jog visiems internetiniams tyrimams taikant skatinimo priemones, nėra duomenų, kaip tokie tyrimai galėtų be skatinimo vystytis ilgalaikėje perspektyvoje (kokie galimi nubyrėjimai, atsakomumas ir pan.).

Dauguma tyrimų pabrėžia, jog kontaktavimo formą ir paskatų poveikį rekomenduojama ištirti empiriškai kiekvienoje šalyje, kurioje bus vykdomas tyrimas.

**Kitos skatinimo priemonės.** Sunku spręsti, kas nulėmė likusius nagrinėtų tyrimų rekrutavimo sėkmės skirtumus. Vis dėlto, visi tyrimai pabrėžė, jog sėkmingam rekrutavimui svarbus rekrutavimo išdėstymas laike, asmeninio kontakto užmezgimas, kandidatų motyvavimas bei įpareigojimas, įėjimo slenksčių pašalinimas, kokybiška komunikacinė medžiaga, atkaklumas ir patyrę apklausėjai bei jų skatinimas.

Dauguma tyrimų stengėsi **rekrutavimo procesą išdėstyti** taip, jog laiko intervalas nuo pirmojo kontakto iki pirmosios apklausos neviršytų poros savaičių (dar geriau – savaitės), pirmoji apklausa galėjo būti ir ganėtinai simbolinė. Toks laiko tarpas užtikrina mažesnę atkritimą tarp pirminio interviu fazės ir prisijungimo prie panelės. Asmeninio kontakto užmezgimas buvo skatinamas keliais būdais. LISS pastebėjo, jog jau kvietimo laiškas turėtų būti ne abstraktus, o adresuotas konkrečiam asmeniui, tai mažina tikimybę, jog jis liks neatplėštas. GSS tyrimas stengėsi pagal galimybes pas respondentus siųsti jiems jau pažįstamus apklausėjus. Taip pat **dauguma tyrimų stengėsi pirmojo kontakto metu maksimizuoti dalyvių įtraukimą**, o ne rekrutavimo anketos užpildymą, kiek galima daugiau laiko skiriant išaiškinimui, kodėl tyrime dalyvauti svarbu, ir galimų nedalyvavimo motyvų išsiaiškinimui. Kituose etapuose stengiamasi kiek galima labiau atsižvelgti į konkrečią išsakytą dvejonę, o ne abstrakčiai „skatinti dalyvavimą“. Kandidatai buvo motyvuojami leidžiant suprasti jų dalyvavimo svarbą, ją kai kuriais atvejais paremiant finansine paskata. Pabrėžiama, jog finansinė paskata ir / arba susitarimai dėl dalyvavimo ar įrangos naudojimo sukuria ir respondentų įsipareigojimo jausmą. ELIPSS tyrimas šį susitarimą formalizuoja pasirašydamas planšetinio kompiuterio naudojimo sutartį. Visi rekrutavimo procesą aprašę tyrimai stengėsi išlaikyti savanoriško įsitraukimo principą ir kandidatų prašydavo aiškiai išreikšti savo pritarimą dalyvauti apklausoje, kartais tam naudodami net dviejų žingsnių patvirtinimą (pavyzdžiui, leisdami atsiųsti papildomą kvietimą į apklausą bei patvirtindami savo registraciją internetu). Tuo tarpu LISS tyrimas pabrėžia, jog stengėsi išvengti papildomų žingsnių, nes per juos pirmajame etape sutikę dalyvauti kandidatai kartais nubyra dar iki registracijos. GSS, CRONOS, LISS, GIP tyrimai pabrėžia, jog komunikacinė medžiaga turi atrodyti ne tik informatyvi, bet solidi ir kokybiška, kurianti pasitikėjimo jausmą. **Daugeliu atvejų naudotas aktyvus ir atkaklus respondentų rekrutavimas, su pakartotiniais bandymais įvairiu paros ir savaitės metu susisiekti su respondentu.** GSS, ELIPSS naudojo bent 4 bandymus susisiekti, Understanding Society – 6 skambučius, iš kurių vienas savaitgalį ir vienas darbo dienos vakare, LISS – net 15 mėginimų susisiekti telefonu, o nepavykus – iki 7 bandymų asmeniškai. NCP pabrėžia, jog jų rekrutavimo sėkmė gerokai sumažėjo, kai buvo teisiškai apribotas kontaktų su potencialiais respondentais skaičius. Rekrutavimui naudotos ir perkalbėjimo technikos, kai net ir atsakantys dalyvauti pašnekovai yra mėginami pamažu perkalbėti ir prisijungti prie tyrimo. Apklausėjų patirties ir parengimo svarbą pabrėžė GESIS, GIP, GSS, POLPAN, Understanding Society ir kiti tyrimai. Minima, jog svarbu ne tik tinkamai apmokyti apklausėjus, juos motyvuoti (taip pat ir finansiškai už pasiektą kontaktą ir pritraukimą į panelę), bet taip pat užtikrinti ir tinkamas planavimo priemones: LISS, siekdami išvengti apklausėjo nuovargio, po 4 nesėkmingų bandymų priskirdavo nepasiekiamą respondentą kitam apklausėjui.

ELIPSS tyrėjai į pirmąją anketą įtraukė papildomą bloką klausimų, kad suprastų, kas motyvavo jų respondentus prisijungti prie projekto. Pagrindinis jų tyrimo motyvas buvo planšetiniai kompiuteriai (62% panelės dalyvių), pasitikėjimas projektą įgyvendinančiomis įstaigomis (46%), projekto originalumas (37%), domėjimasis tyrimais (32%) galimybė turėti prieigą prie interneto savo reikmėms (13%).

#### 6 lentelė. Vertinime nagrinėtų kitų šalių panelinių tyrimų charakteristikos: rekrutavimas, kontaktavimas ir paskatos

	Rekrutavimo forma	Pirmojo kontakto klausimyno turinys	Paskatų naudojimas rekrutavime	Paskatos vėlesniuose etapuose
GESIS panelė	Kvietimo laiškas + CAPI tiesioginis interviu	Bendri socialiniai-demografiniai klausimai ir kvietimas prisijungti	Sąlyginė 5 eur paskata už rekrutavimo interviu ir pažadas vėlesniam skatinimui	5 eur sąlyginė paskata (arba 5 eur besąlyginė paskata)
POLPAN	Kvietimo laiškas + tiesioginis interviu	--	--	Dovanos (atributika), vėliau –

				20 zlotų dovanų kortelės (apie 4 eur)
GSS	Telefonu, vėlesnėse bangose – paštu ir el. paštu	Kvietimas prisijungti prie panelės	Besąlyginė išankstinė pinigine paskata ir sąlyginė paskata	--
LISS panelė	Kvietimo laiškas + CATI / CAPI tiesioginis interviu	10 min interviu apie demografiją, kompiuterio naudojimą, socialinę integraciją, domėjimąsi politika, laisvalaikį, požiūrį į apklausas, vienišumą bei asmenybės bruožus arba motyvavimo dalyvauti pokalbis ir kvietimas prisijungti	Dvi paskatos po 10 eur (grynaisiais): besąlyginė ir už registraciją platformoje  Kompiuteris namų ūkiams be interneto	15 eur už valandą interviu pildymo, ketvirtiniu banko pavedimu  Kompiuteris namų ūkiams be interneto
CRONOS	Tiesioginis interviu	ESS apklausa	Nėra, pažadama besąlyginė paskata tolimesnėms apklausoms	Besąlyginė 5 eur / 5 svarų vertės paskata (čekis; įvairūs modeliai)
GIP	Kvietimo laiškas + tiesioginis interviu, nuo 2018 m. – paštu	Trumpas interviu apie demografiją, pažiūras ir naudojimąsi kompiuteriu	Ekperimentinis dizainas: 5 eur besąlyginė paskata arba 10 eur sąlyginė paskata + (ekperimentinė) 5 eur besąlyginė priminimo paskata  Kompiuteris namų ūkiams be interneto	4 eur už užpildytą apklausą + 5 eur, jei per metus užpildytos beveik visos apklausos arba 10 eur, jei visos  Pavedimu į banką, Amazon čekiu arba labdarai (pagal pasirinkimą)  Kompiuteris namų ūkiams be interneto
ELIPSS	Kvietimo laiškas + tiesioginis interviu, pilotinėje fazėje – ir paštu	Trumpas interviu apie demografiją, pažiūras ir naudojimąsi kompiuteriu + planšetinio kompiuterio funkcijų pademonstravimas	Pilotinėje fazėje: planšetinis kompiuteris ir besąlyginė 10 eur paskata (ekperimentinis modelis)  Antroji banga: planšetės (finansinės paskatos netaikytos dėl lėšų trūkumo)	Planšetinis kompiuteris ir internetas projekto laikotarpiui
NCP	Paštu + priminimai el. paštu (kai įmanoma), vėlesnėse bangose priminimai ir telefonu	Informacija apie projektą ir prisijungimo duomenys (raštu)	Loterinis 25000 kronų (3250 eurų) kelionių čekis (sąlyginis, užsiregistravus į platformą)	Vėlesnės bangos: 3 sąlyginiai loteriniai 8000 kronų kelionių čekiai (užsiregistravus)
ATP	Telefonu + tolimesnė informacija paštu, vėlesnėse bangose - paštu	Pirminė telefonu – politinių pažiūrų apklausa (pilna)	Telefonu (2014): 10 eur sąlyginė paskata už prisijungimą ir pažadas tolimesniems mokėjimams (davusiems adresą – grynaisiais, davusiems el. paštą – Amazon čekiu)  Paštu (2018): 2 dolerių besąlyginė paskata + ~10 eur sąlyginė už pirmą apklausą	5 eur sąlyginė paskata už kiekvieną užpildytą anketą (jautresnėms grupėms – 10 eur)  Čekis paštu, Amazon čekis arba auka labdarai pagal pasirinkimą
Diagnoza społeczna	--	--	Pažadas, jog bus įtraukti į loteriją	Loterinis paskatinimas: 15 prizų po 600 zlotų

Understanding Society	Pranešimo laiškas + tiesioginis interviu	Pirminė apklausa ir kontaktinių duomenų susirinkimas	Dažniausiai: besąlyginė 10 svarų paskata suaugusiesiems ir 5 svarų vaikams kvietimo laiške (dovanų čekis)	Besąlyginė 10 svarų paskata suaugusiesiems ir 5 svarų vaikams kvietimo laiške (dovanų čekis)  Papildomi 5 svarai už pasikeitusio adreso atnaujinimą
Gyventojų pajamos ir gyvenimo sąlygos	--	--	Netaikoma	Netaikoma

Šaltinis: STRATA

### 1.2.5. Panelės išlaikymas

Įprasti kartotiniai skerspjūvio tyrimai darbą su respondentais baigia po pirmosios (ir vienintelės) apklausos, kuri atitiktų rekrutavimo fazę. Tuo tarpu paneliniai tyrimai yra tęstiniai, ir siekiama, jog jų dalyviai įsitrauktų kuo ilgesnį (fiksotą ar iš anksto neapibrėžtą) laiko tarpą. Nagrinėti tyrimai pabrėžia kelis svarbius aspektus, padedančius sėkmingiau išlaikyti respondentus. Didžioji dalis čia minimų praktikų yra taikomos ir plačiai aprašytos GIP tyrėjų.

**Kontaktinės informacijos išlaikymas / atsekimas.** Kontaktinių duomenų pasikeitimas yra viena iš rimtų ilgalaikių tyrimų problemų. Ji yra dar reikšmingesnė gyvus interviu atliekantiems tyrimams nei vykdomiems internetu, nes elektroninio pašto adresas dažnai išlaikomas ir keičiant gyvenamą vietą. Vis dėlto, rekomenduojama reguliariai atnaujinti kontaktinių duomenų bazes, respondentams suteikti duomenis, kurie leistų savarankiškai pasiekti tyrimo platformą ar tyrimo organizatorių (pavyzdžiui, kortelė su prisijungimo duomenimis, pastovus internetinis puslapis ar pan.), o taip pat patiems atnaujinti savo duomenis bei palaikyti dažnesnį ryšį su respondentais. Kai kurie tyrimai už tinkamų duomenų atnaujinimą net skatina savo respondentus finansiškai.

**Proaktyvus kontakto palaikymas.** Kai kurie tyrimai skatina palaikyti kontaktą su respondentais ir tarp apklausos bangų, ypač, kai jos atliekamos santykinai retai. Toks kontaktas gali būti taikomas kontaktiniams duomenims atnaujinti, informuoti apie projekto rezultatus, o taip pat atnaujinti ryšiui su „atšalusiais“ / pasyviau dalyvaujančiais respondentais.

**Priminimai.** Dauguma tyrimų, ypač savipildos, turi išvystytą priminimų sistemą – naudojamas daugiau nei vienas priminimas, esant poreikiui, naudojami skirtingi bendravimo kanalai (el. paštas, paštas, telefono skambutis, trumpoji žinutė ir pan.).

**Atsiskaitomumas.** Rekomenduojama respondentus reguliariai informuoti apie atliktų tyrimų rezultatus, kad būtų išlaikoma tyrimo atskaitomybė.

**Grįžtamasis ryšys.** Siekdami gerinti apklausų kokybę, o taip pat ir didinti respondentų įsitraukimą, tyrimų rengėjai siūlo įtraukti galimybę vertinti apklausas bei jų vykdymo procesą – įvertinti apklausą jos pabaigoje (įskaitant atvirus klausimus, įtraukti atskirą apklausą specialiai tyrimo kokybėms klausimams įvertinti, sukurti „karštąją liniją“, į kurią galima kreiptis kilus rimtesniems nusiskundimams ar problemoms).

**Pasitikėjimas.** Understanding Society tyrimas pastebi, jog ryšys tarp tyrėjų ir respondentų yra asimetriškas, t.y., respondentai pateikia apie save labai daug jautrios informacijos ir turi mažai galių kontroliuoti, kas su ja vyksta. Dėl šios priežasties svarbu užtikrinti etišką santykį su respondentais, dalinantis, kas yra daroma su surinkta informacija ir kas tuo užsiima. Tai itin svarbu kuriant pasitikėjimo ryšį, būtina panelinių tyrimų ilgalaikiškumui užtikrinti. Šiai kategorijai galima būtų priskirti ir teisinius bei techninius sprendimus, kurie būtini respondentų duomenų saugumui užtikrinti (pvz., duomenų atskyrimą nuo asmeninės informacijos, šifravimą, anonimizavimą ir pan.)

**Piniginė paskata.** Beveik visi tyrimai skatina savo dalyvius finansinėmis paskatomis (žr. 6 lentelę). Kaip minėjome, efektyviausiomis yra pripažįstamos besąlyginės finansinės paskatos. Tačiau dėl įvairių priežasčių tyrimai renkasi



ir kitokius modelius. Pavyzdžiui, CRONOS siekdami sumažinti tyrimo išlaidas pasirinko gerai žinomų ir prieinamų prekybos tinklų čekius. Pastebėta, jog respondentams leidžiant pasirinkti skatinimo formą vyrauja pasirinkimas gauti paskatas pinigų pavidalu, bet taip pat pasirenkamos ir kitos formos. Tarp GIP respondentų 57 proc. rinkosi bankinį pervedimą, 31 proc. – dovanų čekį, o 12 proc. paaukojo uždirbtus pinigus labdarai. ATP tyrime 73 proc. rinkosi čekį paštu, 23 proc. Amazon dovanų čekį, o 1 proc. mokėjimo atsisakė.

### 1.3. Apklauso techninis įgyvendinimas

Internetu vykdomoms panelėms yra būdingi kai kurie techninio įgyvendinimo bruožai, nebūdingi kito tipo tyrimams. Šiame skyriuje apibendrinsime keletą pastebėjimų apie techninį tokių tyrimų įgyvendinimą.

**Supaprastinta pradžia** (angl. *soft launch*). Internetu vykdomi tyrimai turi nemažą techninių klaidų riziką. Dėl to jie dažnai ne tik testuojami su mažesne tiriamųjų imtimi, vykdomi techniniai patikrinimai, bet taip pat rekomenduojama kiekviename tyrime atlikti supaprastintą pradžią, kai nedideliame skaičiui geru atsakomumu pasižyminčių respondentų apklausa yra pateikiama diena anksčiau nei likusiems respondentams, kad būtų galima aptikti ir ištaisyti galimas klaidas.

**Klausimyno suasmeninimas ir randomizavimas**. Internetu vykdomiems klausimynams galima pritaikyti specifinius sprendimus: suasmeninti klausimus priklausomai nuo anksčiau atsakytų klausimų arba atsitiktinai išdėstyti klausimus bei jų atsakymus, taip išvengiant galimos paklaidos dėl jų išdėstymo. NCP tyrimas viešai dalinasi galimais randomizavimo variantais ir jų įgyvendinimo algoritmais.

**Pritaikymas skirtingiems įrenginiams**. Internetu pildomiems klausimynams svarbus įrenginio ar programos tipas, per kurį bus atsakinėjama apklausa. Todėl tokiems tyrimams papildomai turi būti nustatomi (ir fiksuojami kaip apklauso kintamieji) įrenginio ir naršyklės ar programėlės parametrai, o pats klausimynas turi būti pritaikytas skirtingiems įrenginiams (kompiuteriams, telefonams, planšetiniams kompiuteriams). Svarbu atkreipti dėmesį, kad skirtingi pasirinkimai gali lemti skirtingus vizualinius sprendimus ar galimus atvaizdavimo skirtumus pildantiems apklausą skirtinguose įrenginiuose. ATP tyrimas pastebi, jog ne visi įrenginiai būna pritaikyti interaktyviems klausimams, kuriems, pavyzdžiui, reikalingas JavaScript funkcionalumas, tad tokiems atvejams pravartu parengti mažiau interaktyvią klausimyno versiją, kuriai specifinių įskiepių nereikėtų.

**Elektroninis patikimumas**. Elektroninės sistemos (paštas, apklauso platformos) turi ir specifinių pažeidžiamumų. Pavyzdžiui, NCP pastebėjo, kad apie 5 procentus jų siųstų elektroninių kvietimų į tyrimą buvo pažymėti kaip brukalas (angl. *spam*), ir todėl galimai nepasiekė adresatų. Understanding Society taip pat pastebėjo, jog elektroninės pašto dėžutės retkarčiais būna užkimštos ir dėl to negauna reikalingų laiškų. Ne mažiau svarbu, kad tiek elektroninės apklauso platformos, tiek duomenų saugojimo vietos ir visos tarpinės bendravimo nuorodos būtų apsaugotos nuo kibernetinių grėsmių ir netaptų galima užkrato vieta.

**Duomenų saugumas**. Rekomenduojama duomenų konfidencialumą ir saugumą užtikrinti techninėmis priemonėmis: atskiriant asmeninius duomenis nuo apklauso duomenų ne tik logiškai, bet ir į atskiras duomenų bases, užtikrinti saugią duomenų laikymo struktūrą, o duomenis šifruoti.

**Techninė pagalba**. Savipildos klausimynai, o ypač – internetiniai, yra pildomi be pakonsultuoti galinčio apklausėjo, todėl privalu užtikrinti techninę pagalbą respondentams apklauso pildymo metu. Pabrėžiama, jog tokiems tyrimams svarbios aiškios instrukcijos, o taip pat svarbu turėti veikiančią „karštąją liniją“, į kurią prireikus būtų galima kreiptis pagalbos.

## 2. Lietuvos ilgalaikio socialinio tyrimo techninio įgyvendinimo modelio projektas

Remiantis atlikta kitų šalių panelinių tyrimų apžvalga, siūlomi tokie pirminiai LIST techniniai parametrai.

**LIST apklausai populiaciją apibrėžiame** taip:

- **18 metų amžiaus ir vyresni** nuolatiniai Lietuvos gyventojai. Apatinė amžiaus riba nustatyta atsižvelgiant į tai, kad imtis yra sudaroma asmenų pagrindu ir jaunesnių nei 18 metų asmenų įtraukimas reikalauja ženklų nuolatinų administracinių kaštų (sutikimai dalyvauti tyrime).
- Tiriami tik **privačiuose namų ūkiuose gyvenantys** (neinstitucionalizuoti) gyventojai. Valstybės išlaikomi, t.y. gyvenantys globos įstaigose, įkalinti asmenys nepriskiriami namų ūkių nariams ir nėra tiriami.
- Tyrimas vykdomas **lietuvių ir rusų kalbomis** (nes rusų kalbą naudojančių kaip pirmą Lietuvoje yra apie 5 proc. pagal Europos socialinio tyrimo duomenis). Klausimyno vertimas į rusų kalbą vykdomas dėl to, kad didžioji dalis klausimų bus kartotiniai, todėl vertimo išlaidos nesudarys ženklų papildomų kaštų.

**Asmenų atranka numatoma tikimybinė stratifikuota naudojant LR gyventojų registrą.** Populiacija stratifikuojama į 90 strataų pagal: **lytį** (vyrai, moterys), **amžių** (18-30, 31-60, 61+) ir **gyvenamąją vietą** (5 didieji miestai ir 10 apskričių be didžiųjų miestų). Kiekvienoje stratoje atrenkamas proporcingas gyventojų skaičiui (pagal paskutinius Gyventojų surašymo duomenis) imties elementų (asmenų) skaičius. Stratifikacija užtikrina geresnį populiacijos reprezentavimą ir nėra sudėtinga įgyvendinti gyventojus atrenkant iš adresų registro. Atskirų strataų reprezentavimo bendrojoje imtyje pirmose keturiose bangose (arba pirmais tyrimo vykdymo metais) didinti nenumatoma. Vėlesnėse tyrimo vykdymo bangose padidintas atskirų strataų reprezentavimas gali būti taikomas pagal poreikį, t. y. esant specifiniam nubyrėjimui (pavyzdžiui, pagal amžiaus grupes).

Siekiamas **efektyvus realizuotos imties dydis**, t. y. LIST pirminėje apklausoje dalyvausančių respondentų skaičius, – **5 000 asmenų**. Toks realizuotos imties dydis leis išlaikyti santykinai didelę dalį šių respondentų kelerius metus, taigi analizuoti jų nuostatų, vertinimų, vertybių ir elgsenos pokyčius ilgesnėje laiko perspektyvoje. Be to, remiantis GESIS panelės patirtimi ir rekomendacijomis, toks imties dydis leis taikyti eksperimentinius dizainus su bent keturiomis eksperimentinėmis ir kontrolinėmis grupėmis.

Numatome tokį pirminės imties realizavimo dizainą:

1. Siekiamas **efektyvus realizuotas imties dydis** (LIST pirminėje apklausoje dalyvausančių respondentų skaičius): 5 000.
2. Siekiamas **teigiamų atsakymų** (t. y. sukontaktuotų ir neatsisakiusiųjų dalyvauti) **rekrutavimo etape** procentas: 50% (6 000).
3. Siekiamas **dalyvaujančiųjų pirminėje apklausoje** (t. y. užpildžiusių pirminę apklausą) **procentas**: 42% nuo bendrojo imties dydžio.
4. **Bendrasis imties dydis**: 12 000.
5. **Papildoma imtis** (nepavykus realizuoti teigiamų atsakymų rekrutavimo etape kiekio 6 000): 3 000.
  - 5.1. Siekiamas teigiamų atsakymų (t. y. sukontaktuotų ir neatsisakiusiųjų dalyvauti) rekrutavimo etape procentas (su papildoma imtimi): 40% (6 000).
  - 5.2. Siekiamas dalyvaujančiųjų pirminėje apklausoje (t. y. užpildžiusių pirminę apklausą) procentas: 33% nuo bendrojo imties (su papildoma imtimi) dydžio.



Išnagrinėję panelinių tyrimų nubyrijimo statistiką bei imties papildymo praktikas **LIST apklausai** numatome tokius imties papildymo principus:

1. Respondentas laikomas „nubyrijusiu iš imties“ kai 3 kartus nesudalyvauja paeiliui vykstančiose bangose. **Tikėtinas nubyrijimas – 10-20 proc. per metus.**
2. Nuolat **stebimas imties reprezentatyvumas (tiek pirminės, tiek vėlesnių bangų) pagal stratas (lytį, amžių ir gyvenamąją vietą), išsilavinimą ir tautybę.** Dėl imties atnaujinimo sprendžiama kiekvienų kalendorinių metų pabaigoje. Atnaujinant imtį siekiama padidinti reprezentatyvumą, todėl **galimas padidintas atskirų strataų reprezentavimas.** Esant padidintam reprezentavimui, **naudojami dizaino svoriai.**
3. **Papildant imtį** naudojama ta pati logika, kaip ir sudarant pirminę imtį:
  - a) Atrenkama bendroji imtis (pagal poreikį turėti tam tikrą efektyvų realizuotą imties dydį ir atsižvelgiant į atsakomumo procentą).
  - b) Vykdomas rekrutavimas.
  - c) Vykdoma pirminė apklausa.
  - d) Vykdomas pagrindinis tyrimas.

Lietuvoje interneto skverbtis dar nėra pakankama, kad galima būtų naudoti tik internetinę apklausą. Taigi, po pirminės panelinių tyrimų analizės buvo pasirinkta **internetinį apklausos įgyvendinimo būdą** numatoma derinti su pigiausia alternatyva – **apklausa paštu.** Vėlesniuose pasirengimo etapuose, konsultuojantis su Valstybine duomenų agentūra ir atsižvelgiant į ilgalaikes tendencijas buvo nuspręsta savipildą paštu pakeisti į tiesioginį apklausos pildymo būdą. Pagrindiniai tokio pasirinkimo motyvai – galimai mažas atsakomumas paštu, sudėtingas užpildytų apklausų grąžinimo mechanizmas (ypač kaimiškose vietovėse) ir didėjanti klaidų rizika duomenis perkeliant iš popierinio į skaitmeninį formatą.

LIST numatome vykdyti **bangomis kas 3 mėnesius.** Kiekvienoje bangoje per metus naudojami **keturi skirtingi pagrindiniai klausimynai** (t.y. **panelinis tyrimas yra metinis**) ir skirtingi papildomi klausimynai (pagal poreikį, nebūtinai longitudiniai, žr. 1 schemą). Jei klausimyne įtraukiamos eksperimentinės sąlygos ar skaidoma imtis, galimi ne daugiau kaip 4 imties poaibiai. Apklausos **trukmė iki 25 min.**

#### **Tyrimo etapai ir jų įgyvendinimo logika:**

1. **Rekrutavimo etapas.** Vykdomas tiesioginio interviu (PAPI arba CAPI) būdu. Naudojamas rekrutavimo etapo klausimynas (trukmė iki 10 min.), kurio pabaigoje kviečiama dalyvauti ilgalaikiame tyrime pasirenkant būdą: internetinę apklausą arba apklausą paštu. Naudojamos skatinimo dalyvauti priemonės: informavimas apie apklausos pradžią paštu su besąlygine paskata (5 eur, teisinis pagrindas – prizas už patekimą į imtį), apklausėjų mokymas (kaip vykdyti apklausą, kaip išvengti neigiamų atsakymų) ir motyvavimas už respondento sukontaktavimą ir pritraukimą, kontaktavimo trukmė ir įvairumas (lauko darbų laikotarpis iki 6 mėn., kontaktavimas dieną ir vakare, darbo dienomis ir savaitgaliais), skambučių centras/informacija internete/bukletas apie tyrimą.

Rekrutavimo metu bendrosios imties (12 000) elementai išduodami lauko darbams trimis etapais:

- a) 2 000 – bandomojo etapo imtis
- b) 5 000 – antrojo etapo imtis
- c) 5 000 – trečiojo etapo imtis

Jei reikalinga papildoma imtis (3 000), jos elementai lauko darbams išduodami visi iš karto.

Po kiekvieno rekrutavimo etapo įvertinamas imties reprezentatyvumas pagal stratas, išsilavinimą ir tautybę.

Rekrutavimo metu vykdomi eksperimentai su bandomojo etapo imties elementais:

- a) Paskatos: tipas piniginė vs. nepiniginė, suma: 0 eur vs. 5 eur.
- b) Reagavimas į rekrutavimo klausimyno klausimų priimtinumą/suprantumą/ paprastumą (apklausėjų vertinimai po apklausos).

2. **Pirminė apklausa.** Vykdomas internetinės apklausos arba tiesioginės apklausos būdu. Kvietimas dalyvauti apklausoje po sėkmingo rekrutavimo etapo išsiunčiamas kuo greičiau (savaitės bėgyje). Naudojamas „profilavimo“ klausimynas, kuriame surenkama išsamesnė socialinė-demografinė informacija apie respondentą. Trukmė iki 15 min. Naudojamos skatinimo priemonės už dalyvavimą (5 eur, teisinis pagrindas – prizas už dalyvavimą).

Pirminės apklausos metu vykdomi eksperimentai su bandomojo etapo imties elementais (pirmaisiais 2 000 rekrutuotų apklausos dalyvių): atsakomumo lygis naudojant nedaug besiskiriančius klausimynus.

Po pirminės apklausos įvertinamas imties reprezentatyvumas pagal stratas, išsilavinimą ir tautybę.

3. **Pagrindinis tyrimas.** Tyrimas vykdomas bangomis kas 3 mėnesius internetinės apklausos arba tiesioginės apklausos būdu. Kiekvienoje bangoje per metus naudojami keturi skirtingi pagrindiniai klausimynai (t.y. panelinis tyrimas yra metinis) ir skirtingi papildomi klausimynai (pagal poreikį, nebūtinai longitudinaliniai, žr. 7 lentelę). Jei klausimyne įtraukiamos eksperimentinės sąlygos ar skaidoma imtis, galimi ne daugiau kaip 4 imties poaibiai. Trukmė iki 25 min. naudojamos skatinimo priemonės: sąlyginės arba nesąlyginės už dalyvavimą (5 eur vertės, teisinis pagrindas – prizas už dalyvavimą; grynais, čekis arba labdaros galimybė), laiškas-kvietimas/skambučių centras/informacija internete/bukletas apie tyrimą, grįžtamasis ryšys apie rezultatus (labai bendro pobūdžio).

**7 lentelė. LIST įgyvendinimo logika ir etapai**

Etapai	1 metai											
	1 mėn.	2 mėn.	3 mėn.	4 mėn.	5 mėn.	6 mėn.	7 mėn.	8 mėn.	9 mėn.	10 mėn.	11 mėn.	12 mėn.
Rekrutavimas	X	X	X	X	X	X						
Rekrutavimas: bandomojo etapo imtis	X	X										
Rekrutavimas: 2-ojo ir 3-iojo etapo imtis			X	X	X	X						
Pirminė apklausa	X	X	X	X	X	X						
Pirminė apklausa: bandomojo etapo imtis	X	X										
Pirminė apklausa: likusioji imtis			X	X	X	X						
Pagrindinis tyrimas				X	X	X	X	X	X	X	X	X
Pagrindinis tyrimas: 2-oji banga (2 pagrindinis klausimynas)				X	X	X	X	X	X			
Pagrindinis tyrimas: 3-oji banga (3 pagrindinis klausimynas)							X	X	X			
Pagrindinis tyrimas: 4-oji banga (4 pagrindinis klausimynas)										X	X	X
	2 metai											
Rekrutavimas (imties papildymas)	X	X	X									
Pirminė apklausa (imties papildymas)	X	X	X									
Pagrindinis tyrimas	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Pagrindinis tyrimas: 1-oji banga (1 pagrindinis klausimynas)	X	X	X									
Pagrindinis tyrimas: 2-oji banga (2 pagrindinis klausimynas + papildomas klausimynas)				X	X	X						
Pagrindinis tyrimas: 3-oji banga (3 pagrindinis klausimynas + papildomas klausimynas)							X	X	X			
Pagrindinis tyrimas: 4-oji banga (4 pagrindinis klausimynas + papildomas klausimynas)										X	X	X

	3 metai											
Rekrutavimas (imties papildymas)	X	X	X									
Pirminė apklausa (imties papildymas)	X	X	X									
Pagrindinis tyrimas	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Pagrindinis tyrimas: 1-oji banga (1 pagrindinis klausimynas + papildomas klausimynas)	X	X	X									
Pagrindinis tyrimas: 2-oji banga (2 pagrindinis klausimynas + papildomas klausimynas)				X	X	X						
Pagrindinis tyrimas: 3-oji banga (3 pagrindinis klausimynas + papildomas klausimynas)							X	X	X			
Pagrindinis tyrimas: 4-oji banga (4 pagrindinis klausimynas + papildomas klausimynas)										X	X	X

Šaltinis: STRATA

Pastaba: tyrimo vykdymo eiga pateikta tam atvejui, kai tyrimo vykdymo pradžia sutampa su kalendorinių metų pradžia; jei tyrimas prasidėtų ne kalendorinių metų pradžioje, eiga atitinkamai būtų koreguojama išlaikant bendrąją logiką.

Kiekvienos bangos lauko darbai vykdomi iki 2 mėn. Pasiruošimas bangos vykdymui trunka iki 3 mėn. Duomenų suvedimui ir tikrinimui skiriama 1 mėn. po lauko darbų įgyvendinimo. Iš viso vienos bangos vykdymui skiriami 6 mėnesiai.

Po kiekvienos bangos įvertinamas imties reprezentatyvumas pagal stratas, išsilavinimą ir tautybę. Jei reikia, imties reprezentatyvumui atstatyti naudojami svoriai.

Išnagrinėjus panelinių tyrimų imties išlaikymo praktikas **LIST apklausoje numatoma** naudoti **proaktyvaus kontakto palaikymą** ir **nuolatinius priminimus** apie tyrimą. Taip pat numatoma respondentus **reguliariai informuoti apie atliktų tyrimų rezultatus**, kad būtų išlaikoma tyrimo atskaitomybė, bei kitaip **teikti atgalinį ryšį ir informaciją** (skambučių centras/informacija internete/bukletai apie tyrimą).

# 3. Lietuvos ilgalaikio socialinio tyrimo techninio įgyvendinimo modelio išbandymas: metodikos bandomasis tyrimas

Remiantis nagrinėtų tyrimų rekomendacijomis ir konsultacijomis su specialistais Lietuvoje, LIST tyrimo metodikai patikslinti buvo parengtas ir įgyvendintas metodikos bandomasis tyrimas. Iš LIST techninio įgyvendinimo modelio vertinime aptartų probleminių aspektų ne visus įmanoma iširti taikant sąlyginai trumpą metodikos bandomąjį tyrimą. Pavyzdžiui, tiksliai nubyrėjimo skaičiui nustatyti reikėtų tiksliai atkartoti planuojamas tyrimo sąlygas ir jį kartoti gan ilgai, nes gyventojų nusiteikimas įsipareigoti yra veikiamas taip pat ir jų supratimo, kiek ilgai tyrimas bus įgyvendinamas. Dėl šios priežasties buvo nuspręsta apsiriboti tokiais veiksniais, kuriuos sunkiausia prognozuoti (jie anksčiau mažai nagrinėti arba išvis nėra taikyti Lietuvoje) bei tais, kurie galėtų lemti tyrimo trukmę ar kainą, tačiau būtų galima juos išnagrinėti sąlyginai trumpo tyrimo metu. **Bandomajame tyrime buvo eksperimentuojama ir tiriami tokie aspektai:** kontaktavimo mechanizmas, paskatų formos ir pateikimo laikas, dalyvavimo internetu lygmuo, grįžtamasis ryšys apie tyrimo eigą iš respondentų, grįžtamasis ryšys apie tyrimo eigą iš apklausėjų, preliminarus reikalingų kaštų pagrindiniam tyrimui įgyvendinti įvertinimas.

Atsižvelgiant į keliamus uždavinius metodikos bandomasis tyrimas suplanuotas taip, kad kiek įmanoma labiau atitiktų LIST tyrimo struktūrą (jo dalį nuo atrankos iki pirmo pagrindinio klausimyno), apribojant imties dydį ir taip sutrumpinant jį laike. Siekiant užtikrinti tyrimo kokybę metodikos bandomajame tyrime buvo numatyti ir papildomi kokybės kontrolės kriterijai. LIST metodikos bandomąjį tyrimą įgyvendino UAB Eurotela 2023 m. spalio – gruodžio mėn. LIST metodikos bandomojo tyrimo generalinė visuma (populiacija) – 18 metų amžiaus ir vyresni nuolatiniai Lietuvos gyventojai. Tiriami tik privačiuose namų ūkiuose gyvenantys (neinstitucionalizuoti) gyventojai. Valstybės išlaikomi, t.y. gyvenantys globos įstaigose, įkalinti asmenys nepriskiriami namų ūkių nariams ir nėra tiriami. Į populiaciją nepatenka benamiai asmenys, asmenys išvykę iš Lietuvos ar hospitalizuoti ilgiau nei 6 mėn.

Lietuvos gyventojų imtis buvo sudaryta iš Gyventojų registro sąrašo tikimybiškai ir atsitiktinai. Bendrasis imties dydis – 1500 elementų (gyventojų). Imtis buvo stratifikuota pagal lytį, amžių (18-29, 30-59, 60+) ir gyvenamosios vietos tipą (kaimas / miestas) proporcingai Lietuvos gyventojų skaičiui. Siekiant sumažinti pavienių nutolusių adresų kiekį buvo apsiribota 54 iš anksto atrinktų seniūnijų sąrašu. Netinkamais imties elementais laikomi asmenys, hospitalizuoti ilgiau nei 6 mėn. nuo tyrimo pradžios ar institucijose (senelių namuose, internatuose, prieglaudose, įkalinimo įstaigose ir pan.) gyvenantys asmenys, emigravusieji ar ilgam laikui išvykę į užsienį asmenys, nurodytu adresu negyvenantys asmenys, taip pat mirę tyrimo vykdymo laikotarpiu asmenys. Tokie asmenys toliau buvo netraukiami į tyrimo vykdymą.

LIST metodikos bandomojo tyrimo lauko darbai su atrinktais elementais buvo atliekami trimis etapais:

1. Respondentų rekrutavimas. Rekrutavimo metu su visais imties elementais kontaktuojama tiesiogiai, t. y. apklausėjai asmeniškai aplanko visus paskirtus elementus pagal pateiktus adresus. Prieš savaitę iki rekrutavimo etapo vykdymo pradžios įgyvendintojas visiems imties elementams pagal pateiktus adresus paštu išsiuntė vardinį informavimo laišką respondentui apie LIST metodikos bandomojo tyrimo vykdymą. Informavimo laiškuose pusei atrinktųjų pateikiama nuoroda, kurią atidarę respondentai gali savarankiškai užpildyti rekrutavimo ir socialinį-demografinį klausimyną. Informavimo laiškuose taip pat (laikantis eksperimentinio dizaino principų) siunčiama paskata. Rekrutavimo etapo tikslas – atlikti santykinai trumpo trukmės apklausą su atrinktu imties elementu (gyventoju pagal pateiktą adresą) ir

pritraukti respondentą dalyvauti tolesniuose LIST metodikos bandomojo tyrimo etapuose internetu bei gauti tolesnio kontaktavimo priimtinausiu būdu (tiesiogiai ar internetu) sutikimą. Rekrutavimo etape su kiekvienu tinkamu imties elementu buvo kontaktuojama ne mažiau kaip 2 savaites, tiesiogiai aplankant tinkamą imties elementą ne mažiau nei 4 kartus, iki tol, kol imties elementas pateikia atsakymus į visus rekrutavimo klausimyno klausimus arba pateikia neigiamą atsakymą dalyvauti apklausoje. Iš tų keturių apsilankymų bent vienas turėjo būti šiokiadienį vakare (po 17 val.), bent vienas savaitgalį (šeštadienį ar sekmadienį) ir savaitgalį vakare (po 17 val). Interviu buvo vykdomi tik lietuvių kalba atsižvelgiant į sąlyginai nedidelį imties dydį ir įgyvendinimo kaštus. LIST metodikos bandomojo tyrimo rekrutavimo klausimyno interviu vidutinė trukmė – apie 10 min, naudotas analogiškas klausimynas, koks planuojamas ir LIST įgyvendinimo metu.

2. Socialinio-demografinio klausimyno savipilda. Rekrutavimo metu LIST metodikos bandomajame tyrime toliau internetu sutikę dalyvauti respondentai (išskyrus tuos, kurie užpildė rekrutavimo ir socialinį-demografinį klausimyną pasinaudodami nuoroda informavimo laiške) užpildė socialinį-demografinį klausimyną. Sutikusiems dalyvauti respondentams, praėjus ne daugiau kaip savaitei po sudalyvavimo rekrutavimo etape, buvo siunčiamas el. laiškas su prašymu užpildyti socialinį-demografinį klausimyną, su neatsakiusiais reguliariai kontaktuojama pagal sutartą schemą. Šiame etape taikytos sąlyginės paskatos visiems klausimyną užpildžiusiems respondentams. Toliau tiesioginį pildymą pasirinkusiems respondentams buvo sudarytos sąlygos šį klausimyną užsipildyti iškart po rekrutavimo klausimyno pirmą kartą atvykus apklausėjui arba drauge su pagrindiniu klausimyno etapu. Socialinio-demografinio klausimyno savipildos vidutinė trukmė – apie 10 min., buvo naudojamas analogiškas klausimynas koks ir planuojamas pagrindiniame etape.
3. Pagrindinio klausimyno pildymas. Toliau tyrime sutikę dalyvauti respondentai užpildė vieną pagrindinio klausimyno bangą. Pagrindinio tyrimo klausimyno vidutinė trukmė – apie 20-25 min. Priklausomai nuo respondento pasirinkimo klausimynas buvo pildomas savipilda (nuoroda el. laišku) arba tiesiogiai apsilankant apklausėjui. Šiame etape taikytos sąlyginės paskatos visiems klausimyną užpildžiusiems respondentams. Klausimynas buvo sudarytas iš naujausių ir anksčiau mažai bandytų klausimų siekiant patikrinti jų suprantamumą. Klausimyno gale papildomai prašyta respondentų nuomonės apie jų patikėjimą tyrimu ir galimas priemonės tolimesniam tyrimo patikimumui didinti.

Viso tyrimo metu veikė informacinė telefono linija, kuria buvo galima kreiptis susiderinti dėl apsilankymui patogaus laiko ar kreiptis kitais klausimais apie tyrimo įgyvendinimą. Tyrimo eigai fiksuoti ir kokybei užtikrinti buvo naudojamos ir iš anksto numatytos techninės priemonės. Kontaktavimo su kiekvienu imties elementu ir respondentu metu apklausėjas pildė kontaktavimo formą, kurioje detalai fiksavo kontaktavimo procedūros eigą, rezultatus ir apibūdino kontaktuojamą adresą. Tyrimą įgyvendinančios įmonės buvo prašoma, kad rekrutavimo etapą vykdančių apklausėjų užimtumas būtų nedidelis. Vienam apklausėjui buvo galima priskirti ne daugiau kaip 50 imties elementų (adresų ar asmenų). Taip pat buvo prašoma, jog visi apklausėjai turėtų apklausų vykdymo patirties, tačiau taip pat jie buvo specialiai mokomi atlikti rekrutavimo etapo darbus metodikos kūrėjų. Tyrimo vykdymo kokybė buvo užtikrinama tokiomis kontrolinėmis priemonėmis:

1. Su ne mažiau kaip 10 proc. atsakiusiųjų užmezgamas pakartotinis kontaktas telefonu arba asmeniškai (tikrinama, ar apklausėjas lankėsi pas respondentą ir atliko interviu, ar uždavė visus reikalingus klausimus, taip pat kiek laiko truko interviu ir pan.).
2. Su ne mažiau kaip 5 proc. neatsakiusiųjų (atsisakiusiųjų dalyvauti) užmezgamas pakartotinis kontaktas asmeniškai (tikrinama, ar apklausėjas lankėsi pas respondentą, ar respondentas tikrai nesutiko dalyvauti apklausoje ir pan.).
3. Asmeniškai aplankomi ne mažiau kaip 5 proc. imties elementų, su kuriais nesukontaktuota arba jie nurodyti kaip netinkami.
4. Patikrinant klausimynų užpildymo logiką ir korektiškumą.
5. Duomenų suvedimo į skaitmeninius failus kokybė buvo užtikrinama tokiomis kontrolinėmis priemonėmis:
  - Patikrinant klausimynų suvedimo nuoseklumą ir tikslumą automatinėmis priemonėmis (naudojant filtrus, skaičiuojant pasiskirstymus ir pan.) ir rankiniu būdu.
  - Suvedant 10 % klausimynų iš naujo.

**Pirminės LIST metodikos bandomojo tyrimo įžvalgos.** Siekiant patobulinti LIST tyrimo metodiką buvo atliekamas grįžtamojo ryšio tyrimas. Atlikęs rekrutavimo interviu kiekvienas apklausėjas pildė apklausėjo klausimyną. Kai interviu buvo pildomas be apklausėjo, pačiam respondentui buvo suteikta įvertinti klausimyną atsakant į klausimus klausimyno pabaigoje. Tyrimo pabaigoje grupelė atrinktų apklausėjų buvo kviečiami dalyvauti nuotoliniuose interviu arba diskusijų grupėse grįžtamajam ryšiui apie tyrimo vykdymo eigą surinkti. Tyrimo eiga buvo nuolat stebima bendradarbiaujant tyrimo užsakovams ir įgyvendintojams. Nors gyventojų adresai buvo atrinkti iš Gyventojų registro, šis atrankos būdas turėjo savo ribotumą. Pirma, ne visi atrinkti adresai buvo tinkami kontaktuoti su atrinktais imties elementais, nes dalis kaimiškų vietovių neturėjo nurodyto tikslaus adreso, tad imtį teko formuoti iš naujo. Antra, formuojant imtį reikia išreikštinau paprašyti pašto kodų, kurie nėra įprasta adreso dalis. Trečia, net ir patikslinus imtį buvo nustatyta, jog dalis adresų yra netinkami, t.y., yra negyvenamosios paskirties, gyvenami sezoniškai ar pan. Tokių adresų imtyje pasitaikė apie 2 proc. Tokie neplanuoti veiksniai gali paveikti pirminius planuojamus efektyvumo rodiklius. Gana anksti buvo pastebėta, jog efektyviam tyrimo valdymui yra reikalinga specializuota programinė įranga, ypač, kai imtis skirstoma į mažesnius pogrupius. Taip pat svarbu iš anksto apsibrėžti ir sekti fiksuotus parametrus tyrimo kokybei stebėti. Pirminiame etape buvo efektyviai išnaudota informacinė linija. Ji buvo naudojama ne tik apsilankymo laikui sutarti, bet ir pranešti apie nurodytu adresu negyvenančius asmenis ar tyrimui netinkamus asmenis, kas sumažino įgyvendinimo kaštus. Svarbu atkreipti dėmesį, kad informacinė linija atskirais atvejais buvo naudojama ir atsisakyti dalyvauti tyrime, tad ji turi būti paruošta reaguoti į potencialaus respondento atsisakymą kaip ir tiesioginio apsilankymo metu. Nepaisant imties stratifikavimo į imtį pateko nemažai ir itin garbaus amžiaus asmenų, kurių amžius kartais viršijo ir 100 metų. Dažnai tokie asmenys patys ar per artimuosius atsisakydavo dalyvauti dėl rimtų sveikatos problemų. Todėl imties atrankos etape vertėtų iš naujo apsvarstyti galimybę įsivesti viršutinę amžiaus ribą. Tyrimo įgyvendinime pastebėta, jog respondentų pasirinkimas, koku būdu dalyvauti tyrime, gali priklausyti ir nuo apklausėjo įtakos. Todėl rekomenduojama labai aiškiai apsibrėžti apklausos būdo pasirinkimo algoritmą ir užtikrinti, kad techninis įgyvendintų teorinę prieigą. Pastebėta, jog vykdant apklausą mišriū būdu svarbu atkreipti dėmesį, kad klausimas būtų pritaikomas abiem pildymo formatams – tiek savipildai internetu, tiek dalyvaujant apklausėjui.

# Šaltiniai

1. Atkeson L. R., Adams A. N. (2018). Mixing Survey Modes and Its Implications. // Atkeson L. R., Alvarez R. M. (eds.). *The Oxford Handbook of Polling and Survey Methods*, pp. 53-75. New York: Oxford University Press.
2. Bach R. L. (2021). A Methodological Framework for the Analysis of Panel Conditioning Effects. // Cernat A., Sakshaug J. W. (eds.). *Measurement Error in Longitudinal Data*, pp. 19-42. Oxford: Oxford University Press.
3. Banks, Gary (2009). Evidence-Based Policy Making: What is It? How Do We Get It?. ANU Public Lecture Series, Productivity Commission, Canberra, February 4, 2009, Available at SSRN: <https://ssrn.com/abstract=1616460>.
4. Blom A. G., Bosnjak M., Cornilleau A., Cousteaux A.-S., Das M., Douhou S., Krieger U., (2016). A comparison of four probability-based online and mixed-mode panels in Europe. *Social Science Computer Review*, 34(1): 8-25.
5. Blom A. G., Gathmann C., Krieger U., (2015). Setting up an Online Panel Representative of the General Population: The German Internet Panel. *Field Methods*, 27(4): 391-408.
6. Bosnjak M., Haas I., Galesic M., Kaczmirek L., Bandilla W., Couper M. P., (2013). Sample composition discrepancies in different stages of a probability-based online panel. *Field Methods*, 25(4): 339-360.
7. Bryman A. (2008). *Social Research Methods* (3rd ed.). Oxford: Oxford University Press.
8. Callegaro M., Baker R., Bethlehem J., Goritz A., Krosnick J., Lavrakas P. (2014). *Online Panel Research: A Data Quality Perspective*. Chichester: John Wiley & Sons.
9. Cornilleau A., Duwez E. (2021). Elipss, un dispositif inédit d'enquêtes pour la recherche en sciences sociales. // Duwez E., Mercklé P. (eds.). *Un panel français: L'Étude longitudinale par Internet pour les sciences social (Elipss)*, pp. 15-43. Paris: Ined Éditions.
10. de Leeuw E. D., Hox J. J. (2011). Internet Surveys as Part of a Mixed-Mode Design. // Das M., Ester P., Kaczmirek L. (eds.). *Social and Behavioral Research and the Internet: Advances in Applied Methods and Research Strategies*, pp. 45-76. New York: Routledge.
11. Duncan G. J., Kalton G. (1987). Issues of Design and Analysis of Surveys across Time. *International Statistical Review / Revue Internationale de Statistique*, 55(1): 97-117.
12. ESS ERIC (2021). Round 11 Survey Specification for ESS ERIC Member, Observer and Guest Countries. European Social Survey European Research Infrastructure Consortium (ESS ERIC) Director, in collaboration with the Core Scientific Team (CST).
13. Hays R. D., Liu H., Kapteyn A. (2015). Use of Internet panels to conduct surveys. *Behavior Research Methods*, 47(3): 685-690.
14. Hillygus D. S., Snell S. A. (2018). Longitudinal Surveys: Issues and Opportunities. // Atkeson L. R., Alvarez R. M. (eds.). *The Oxford Handbook of Polling and Survey Methods*, pp. 28-52. New York: Oxford University Press.
15. Kish L. (1965). *Survey Sampling*. New York: John Wiley & Sons.
16. Lepkowski J. M., Couper M. P. (2002). Nonresponse in the Second Wave of Longitudinal Household Surveys. // Groves R. M., Dillman D., Eltinge J., Little R. J. A. (eds.). *Survey Nonresponse*, pp. 259-273. New York: Wiley.
17. Lipps O., Herzing J. M. E., Pekari N., Ernst Stähli M., Pollien A., Riedo G., Reveilhac M. (2019). Incentives in surveys. FORS Guide No. 08, Version 1.0. Lausanne: Swiss Centre of Expertise in the Social Sciences FORS.
18. May T. (2011). *Social Research: Issues, Methods and Research* (4th ed.). New York: Open University Press.
19. Ramonaitė, A. (2020). Apklausojo įtaka apklausų rezultatams Lietuvoje: Trijų apklausų analizė. *Filosofija. Sociologija*, 31(4): 365–377.

20. Rao K., Kaminska O., McCutcheon A. L., (2010). Recruiting Probability Samples for a Multi-Mode Research Panel with Internet and Mail Components, *Public Opinion Quarterly*, 74(1): 68-84.
21. Scherpenzeel A. C., (2011). How Representative Are Online Panels? Problems of Coverage and Selection and Possible Solutions. // Das M., Ester P., Kaczmirek L. (eds.). *Social and Behavioral Research and the Internet. Advances in Applied Methods and Research Strategies*, pp. 105-132. New York: Routledge.
22. Scherpenzeel A., (2011). Data collection in a probability-based internet panel: how the LISS panel was built and how it can be used. *Bulletin of Sociological Methodology*, 109(1): 56-61.
23. Scherpenzeel A., Toepoel, V. (2012). Recruiting a probability sample for an online panel: Effects of contact mode, incentives, and information. *Public Opinion Quarterly*, 76(3): 470-490.
24. Singer, E., & Ye, C. (2013). The Use and Effects of Incentives in Surveys. *The ANNALS of the American Academy of Political and Social Science*, 645(1), 112–141.
25. Yeager D. S., Krosnick J., Chang L., Javitz H. S., Levindusky M. S., Simpser A., Wang R. (2011). Comparing the Accuracy of RDD Telephone Surveys and Internet Surveys Conducted with Probability and Non-Probability Samples. *Public Opinion Quarterly*, 75(4): 709-747.
26. Yu S., Alper H. E., Nguyen A. M., Brackbill R. M., Turner L., Walker D. J., Maslow C. B., Zweig Kimberly C. (2017). The effectiveness of a monetary incentive offer on survey response rates and response completeness in a longitudinal study. *BMC Medical Research Methodology*, 17, 77.