

Краткие результаты рассылки опроса заказчиков

Для приглашения респондентов использовались массовые рассылки по электронным адресам через сервис Unisender. Для проведения анализа было необходимо составить подходящую и репрезентативную выборку.

Для получения необходимых почтовых адресов была использована платформа “Контур.Закупки” с помощью которой можно выгрузить данные содержащие информацию о закупках и контактную информацию лиц, ответственных за размещение закупок. С помощью необходимых настроек удалось выгрузить результаты в Excel. Из системы “Контур Закупки” можно выгрузить не более чем 2 000 закупок за день. В связи с этим под каждую выгрузку данных подбирались фильтры, так что бы выгружалось нужное количество закупок. Среди фильтров были тип закупки (завершенные), закон (44-ФЗ или 223-ФЗ), определенный регион, способ определения поставщика, площадка торгов и дата опубликованных извещений.

Было выгружено 237 файлов Excel, в которых содержатся более чем 300 тысяч почтовых адресов, после чего загруженные файлы были импортированы в программу Python и с помощью специального кода для файлов Excel были соединены в один документ:

```
import pandas as pd

# Считываем файлы Excel
file1 = pd.read_excel('file1.xlsx')
file2 = pd.read_excel('file2.xlsx')
.
.
.
file237 = pd.read_excel('file237.xlsx')

# Объединяем файлы
combined = pd.concat([file1, file2, ... file237,])

# Сохраняем объединенный файл
combined.to_excel('combined_file.xlsx', index=False)
```

Рис. 1. Пример кода

После чего с помощью специальной формулы выделены отдельные почтовые адреса:

“=СЖПРОБЕЛЫ(ПСТР(ПОДСТАВИТЬ(" "&C2;" ";ПОВТОР("";20));НАЙТИ("@";ПОДСТАВИТЬ(" "&C2;" ";ПОВТОР(" ";20)))-20;40)) ”

Из суммарного количества почтовых адресов были удалены повторяющиеся контакты (из 331 864 осталось 63 963 уникальных почтовых адресов).

Аналогичный процесс выгрузки почтовых адресов из платформы “Контур Закупки” был проведен по 2021 году, с помощью которого было собрано 43 571 уникальных адресов почты. В конечном итоге количество уникальных контактов составило 107 516 и для рассылки были проверены актуальные почтовые адреса на платформе Unisender. Количество активных почтовых адресов, по которым была разослана анкета составило 95 000.



Опрос был проведен в апреле и мае 2024 года и включал три волны. Первая волна рассылки опросника была проведена 24 апреля, вторая – 26 апреля, третья – 2 мая. В первой рассылке опроса ответили всего 637 респондентов, во второй – 994, в третьей – 200. Анкета была составлена из 14 вопросов.

В первая волна была разослана всем 95 000 респондентам, с помощью платформы Unisender можно отследить количество открывших писем получателей и тех, кто переходил по ссылке. Во второй волне были удалены респонденты, переходившие по ссылке и адреса, по которым было не доставлено письмо, после чего были разосланы письма. Аналогичная итерация проведена и в третьей волне рассылки. В целом рассылкой было охвачено более чем 90 000 организаций, большая часть из них получили два письма (исходящий и напоминание). Онлайн анкетирование было составлена в платформе Yandex-взгляд, что позволяет учитывать незавершенные анкетирования (респондентами были выбраны ответы на вопросы, но не отправлены с помощью кнопки завершить). Так же с помощью данной платформы существует возможность задать вопрос в виде таблицы, что крайне важно для рассылаемого опросника.

Всего анкету прошли 1 845 респондента, из них 1 303 заполнили анкетирование полностью, а 542 из них незавершенные до конца. В связи с тем, что онлайн-опросы имеют ряд особенностей, к примеру, связанных с отбором наблюдений в выборку [Heckman, 2010], с целью проверки потенциального смещения самоотбора, возникающего, к примеру, если на анкету отвечают только знающие о закупках МСП и об экологических закупках респонденты, заказчики, получавшие письмо в каждую из четырех волн, при каждой рассылке распределялись методом простого случайного отбора в две группы: контрольную и экспериментальную.

**Сравнение выборки по заказчикам (опросные данные) и
генеральной совокупности заказчиков (2024 год)**

Критерий	Генеральная совокупность, %	Выборка, %
<i>Уровень подчиненности организации</i>		
Федеральный	11,57	22,94
Региональный	22,35	44,32
Муниципальный	16,51	32,74
<i>Федеральный округ, в котором расположена организация</i>		
Центральный	19,97	19,97
Северо-Западный	19,92	19,92
Приволжский	17,82	17,82
Уральский	13,24	13,24
Сибирский	12,43	12,43
Южный	8,62	8,62
Дальневосточный	6,34	6,34
Северо-Кавказский	1,66	1,66