

# ՄԱՐՔԵԹԻՆԳԱՅԻՆ ՀԱՂՈՐԴԱԿՑՄԱՆ ՈՒՂԻՆԵՐ | ՀԱՅԱՍՏԱՆ

Հունվար 2020թ.





Ներածություն	3
Հիմնական բացահայտումները	4
<b>Բաժին 1. Տեղեկատվության ստանալու աղբյուրները</b>	
Տեղեկատվության ստանալու աղբյուրները	6
<ul style="list-style-type: none"> <li>• ըստ տարիքային խմբերի</li> <li>• ըստ քաղաքների</li> <li>• ըստ կրթության</li> </ul>	
Նորությունների/ լուրերի, ապրանքների և բանկային ծառայությունների մասին տեղեկատվություն ստանալու աղբյուրները	9
Գովազդի ուղիների արդյունավետությունը	11
Ամփոփում	12
<b>Բաժին 2. Համացանց և թվային միջոցներ</b>	
Համացանցից օգտվողները	14
Զբաղմունքը համացանցում	15
Օգտագործվող սարքերը	16
Սարքերի ապրանքանիշերը	18
Օգտագործվող հավելվածներ	20
Ամփոփում	21
<b>Բաժին 3. Հաղորդակցական ուղիների օգտագործումը</b>	
Սոցիալական ցանցեր	23
Հեռուստատեսություն	30
Լրատվական կայքեր	35
Ռադիո	38
Ամփոփում	44
<b>Բաժին 4. Հաղորդակցությունը բանկերի հետ</b>	
Բանկերի հաճախորդները	46
Վարկի գծով որոշում կայացնողը	47
Բանկերի վեբ կայքերը	48
Բանկից հաղորդագրություն ստանալու նախընտրելի աղբյուրը	51
Բանկերի արշավները	53
QR կոդից օգտվողները	55
Ամփոփում	56
<b>Բաժին 5. Մեթոդաբանություն և հավելվածներ</b>	
Մեթոդաբանություն	58
Հարցման մասնակիցների նկարագիրը	59
Նախընտրելի աղբյուրները ըստ բանկային ծառայությունների	61
Աղյուսակներ	66



Մույն աշխատանքը նվիրված է Հայաստանում տեղեկատվություն ստանալու և հաղորդակցման աղբյուրների բացահայտմանը և ուսումնասիրությանը թիրախային բնակչության շրջանում:

Այս աշխատանքը երկրորդն է Ամերիա ՓԲԸ կողմից տեղեկատվություն ստանալու ուղիների և հաղորդակցման միջոցների վերլուծության շարքում: Առաջին նմանատիպ հետազոտությունն իրականացվել է 2013 թվականին (Երևան, Վանաձոր, Դիլիջան քաղաքներում):

Աշխատանքը հիմնված է ինչպես երկրորդային տվյալների (առկա հրապարակումներ եւ հետազոտություններ, վիճակագրության), այնպես էլ առաջնային տվյալների՝ Ամերիա ՓԲԸ կողմից նախաձեռնած հարցումների արդյունքների վրա, որոնց դաշտային աշխատանքներն իրականացվել են 2019թ. հուլիս-օգոստոս ամիսներին, «Մեդիա մոդել» ընկերությունը կողմից ՀՀ 5 խոշոր քաղաքների 1000 բնակիչների շրջանում:

Հարցումն անցկացվել է հետևյալ քաղաքներում՝

- ❖ Երևան (առկա էր նաև 2013թ. հետազոտությունում)
- ❖ Գյումրի
- ❖ Վանաձոր (առկա էր նաև 2013թ. հետազոտությունում)
- ❖ Վաղարշապատ
- ❖ Աբովյան

Հարցման ընտրանքը կազմվել է Ամերիա խորհրդատվական ընկերության կողմից՝ հիմք ընդունելով ՀՀ Վիճակագրական կոմիտեի (Արմստատ) կողմից հրապարակվող ժողովրդագրական ցուցանիշները:

Հարցման ընտրանքը կառուցվել է նախապես

սահմանված սեռատարիքային քվոտաների հիման վրա: Բացի այդ, ամբողջական ներկայացուցչականություն ապահովելու նպատակով հետազոտության մեջ ներկայացված արդյունքները կշռվել են ըստ սեռի, ըստ տարիքի և ըստ քաղաքների:

Հարցման թիրախային բնակչություն սահմանումը և հարցաշարը մշակվել են հիմնական պատվիրատուի հետ միասին:

Որպես թիրախային բնակչություն դիտարկվել են նշված քաղաքների 18-65 տարիքի, ամսական 50,000 դրամ և ավել եկամուտ ունեցողները, որոնց ընդհանուր թիվը նշված քաղաքներում կազմում է մոտ 450 հազար մարդ:

Հարցման արդյունքները հիմնականում ներկայացվում են ինչպես ընդհանուր բնակչության, այնպես էլ թիրախային բնակչության կտրվածքով: Հարցման արդյունքները վերլուծվել են նաև մի քանի այլ տարբեր խմբավորումներով, որոնց մանրամասները (նկարագրերը) ներկայացված են Հավելվածում: Ընդ որում, եթե այս մասով հատուկ նշում չկա առանձին ներկայացվող ցուցանիշների համար, ապա այդ արդյունքները վերաբերում են թիրախային բնակչությանը: Մնացած բոլոր խմբավորումների համար ցուցանիշները հատուկ նշված են նյութում:

Առանձնակի ուշադրություն է դարձվել թիրախային բնակչության բանկերի հետ համագործակցության ուղիներին:

Իրականացված հարցման ընդհանուր արդյունքները 95% վստահության միջակայքում ապահովում են մինչև 3.2 տոկոսային կետի հնարավոր թույլատրելի շեղում, սակայն ըստ առանձին քաղաքների, տարիքի և այլ խմբերով ներկայացված ցուցանիշները ավելի մեծ ընտրանքային թույլատրելի շեղում ունեն:

