

Omnibus - հետազոտություն

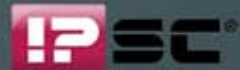
Արման Մելքոնյան
Տվյալների մենեջեր
15 մայիս, 2010թ

Tumanyan str. 32/4, s.1, Yerevan 0001, Armenia

ipsc@ipscconsulting.org

www.ipsc.am

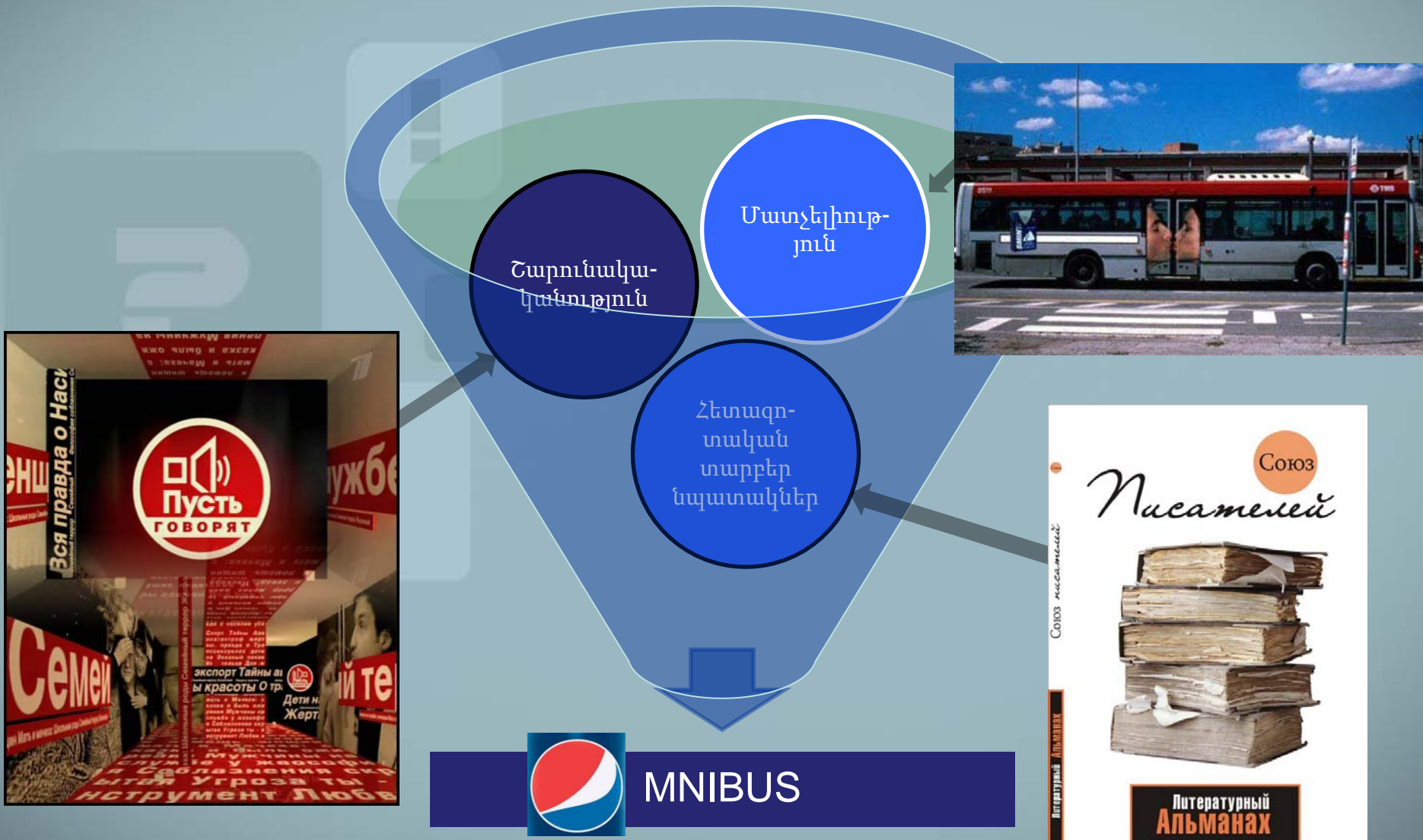
Institute for Political and Sociological Consulting
Քաղաքական և սոցիոլոգիական խորհրդատվությունների ինստիտուտ



Copyright © 2010, IPSC LLC. All rights reserved.

1. Օմնիբուսի հետազոտական իմաստը

Ի՞նչ է նշանակում օմնիբուս և ինչո՞ւ օմնիբուս



Օմնիբրուսի հիմնական առանձնահատկությունները - 1

Օմնիբրուսը քանակական
հետազոտության տեսակ
է, որը որպես կանոն ունի



Մի քանի պատվիրատու

Մի քանի հետազոտական
նպատակ

Ընտրանք-մի քանի
թիրախային խումբ

Օմնիբրուսի հիմնական առանձնահատկությունները - 2

Պատվիրատուն վճարում է որոշակի քանակությամբ հարցերի և ոչ թե ամբողջ հարցաթերթի համար

Հետազոտությունն ավելի շատ փաստագրական է, քան սոցիոլոգիական /կարծիքի ուսումնասիրության տեսանկյունից/

Հաճախակի կիրառություն մարքեթինգային հետազոտություններում

Միննույն թեմատիկայով կամ թեմաներով հետազոտությունների շարունակական, հաճախակի անցկացում

Պատվերի իրականացում կարճ ժամանակահատվածում

Տվյալների հավաքման մեթոդները



Հարցազրույց



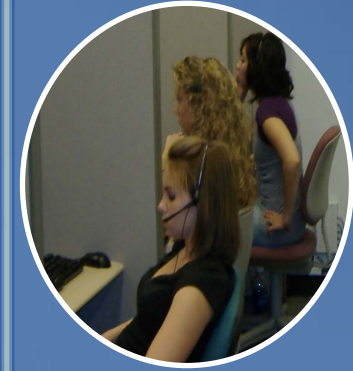
Հարցաթերթիկային հարցում




Online հարցում



CAPI-
Ինֆորմացիայի
համակարգչային
մուտքագրում
ռեսպոնդենտի
կողմից



Հեռախոսային
հարցում կամ
CATI

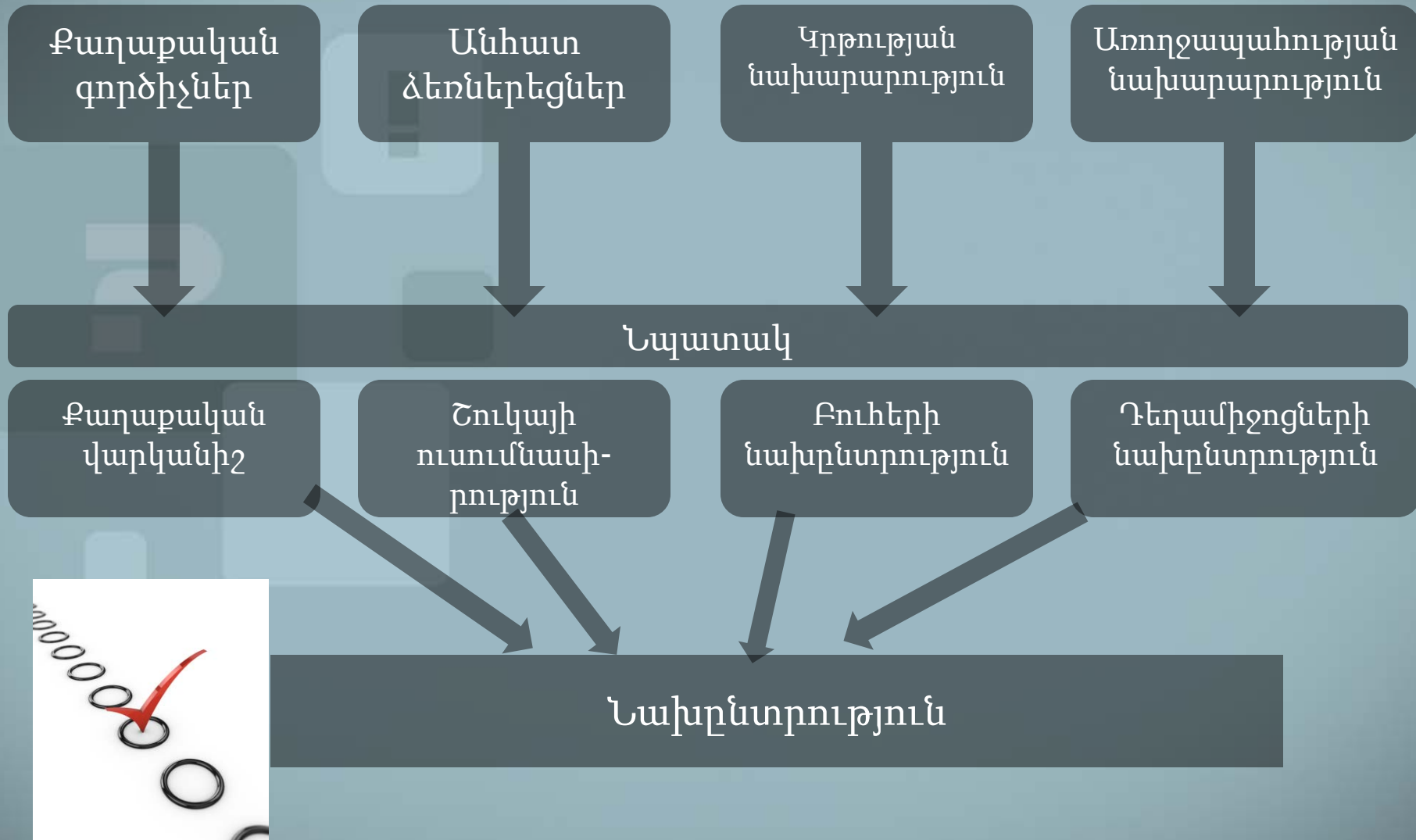


1. Կիրառական տրամաբանությունը, առավելություններ և թերություններ

Օմնիբուսի առավելությունները և թերությունները



Մի քանի թեմա- մեկ վերլուծական նպատակ



Մարքեթինգային օմնիբուս հետազոտություն- շուկայի ուսումնասիրություն



գրքեր



հազուստ



մանկական իրեր



դպրոցական կրթություն



սննդամթերք



սպորտ



Բժշկական
ծառայություններ

Հետազոտական հնարավորություններ

1. Մպատողական նախընտրություն
2. Մպատողների տիպաբանություն
3. Նախընտրության հիմքում ընկած գործոններ
4. Առավել խոշոր գործարարների վարկանիշ
5. Մպատողների նվիրվածությունը ապրանքանիշին
6. Մատուցվող ծառայությունների համեմատական վերլուծություն

Սոցիալ քաղաքական օմնիբուս հետազոտություն

GSS - General
Social Survey

Տևողություն- մինչև
90 րոպե

Պարբերականություն-
1-2 տարին մեկ

Հարցաթերթի բաշխում
ըստ ենթախմբերի

Պատվիրատու-կառավարություն,
հոգաբարձուների խորհուրդ,
կուսակցություններ

Հետազոտական
հնարավորություններ

1. Սոցիալական
հիմնախնդիրներ
2. Ծախսերի
եկամուտների
կառուցվածք
3. Քաղաքական
հայացքներ
4. Սոցիալ-
մշակույթային
կյանք
5. Զբաղվածություն,
հանգիստ
6. Քաղաքական
նախընտրություն

Եզրակացություն և առաջարկներ



- Ցանկալի է մի հետազոտության շրջանակներում հնարավորինս տարանջատել իմաստով իրարից շատ հեռու թեմատիկաներ. օր. քաղաքական ռեյտինգ և օճառի նախընտրություն
- Օմնիբուս հետազոտություններ իրականացնել հիմնականում փաստագրական ինֆորմացիա հավաքելու նպատակով
- Մարքեթինգային հետազոտություններ հեռախոսային հարցումներով, CAPI, CATI տեխնոլոգիաներով, online հարցումներ
- Սոցիալ-քաղաքական բնույթի omnibus հետազոտություններն իրականացնել միայն face to face հետազոտության տեսքով /ոչ հեռախոսային/
- Omnibus հետազոտությունների online գովազդ

Շնորհակալություն

«Այ Փի Էս Սի» Քաղաքական և սոցիոլոգիական
խորհրդատվությունների ինստիտուտ



Հետադարձ կապ.

Հասցե. Թումանյան փ. 32/4, բն.1, Երևան 0001, Հայաստան

Հեռ. **+37410 541821**

Ֆաքս. **+37410 541821**

Էլ-փոստ. info@ipsc.am

Կայք. www.ipsc.am