



**ԻՆՏԵՐՆԵՏԻ ԴԵՐԸ ԵՎ ԱԶԴԵՑՈՒԹՅՈՒՆԸ  
ՀԱՅԱՍՏԱՆՈՒՄ ՓՈՔՐ ԵՎ ՄԻԶԻՆ  
ՁԵՌՆԱՐԿԱՏԻՐՈՒԹՅԱՆ ՀԵՏԱԳԱ ԶԱՐԳԱՑՄԱՆ  
ԳՈՐԾԸՆԹԱՑՆԵՐՈՒՄ**

**ՎԵՐԼՈՒԾՈՒԹՅՈՒՆ**

**ՎԵՐԼՈՒԾՈՒԹՅՈՒՆՆ ԻՐԱԿԱՆԱՑՎԵԼ Է «ՆՈՅ ՖԻՐՄԱ» ԱՎ ԿՈՂՄԻՑ  
«ԻՆՏԵՐՆԵՏ ՀԱՆՐՈՒԹՅՈՒՆ» ՀՎ ՊԱՏՎԵՐՈՎ  
ՍԵՊՏԵՄԲԵՐ 2015Թ**

# ՎԵՐԼՈՒԾՈՒԹՅԱՆ ՆՊԱՏԱԿՆ ՈՒ ԽՆԴԻՐՆԵՐԸ՝

Սոցիոլոգիական հարցման միջոցով պարզել, վերլուծել և փաստել, թե ի՞նչ դեր և ազդեցություն ունի ինտերնետը Հայաստանում փոքր և միջին (ՓՄ) ձեռնարկատիրության զարգացման գործընթացներում, վերլուծել փոքր և միջին ձեռնարկությունների (ՓՄՁ) հետագա դինամիկ զարգացմանը խոչընդոտող խնդիրները և վեր հանել ու բացահայտել այն մարտահրավերներն ու պրոբլեմները, որոնք առկա են այժմ գործատուների մոտ ինտերնետից օգտվելիս:

# ԾԱՆՈԹՈՒԹՅՈՒՆ (1)

Հայաստանի Հանրապետությունում փոքր և միջին ձեռներեցության զարգացման քաղաքականությունն ուղղված է տնտեսական, սոցիալական և քաղաքական զարգացման գործընթացներում ՓՄՁ-ների ներուժի լիարժեք օգտագործմանն ու դերի բարձրացմանը:

Փոքր և միջին ձեռնարկատիրության պետական աջակցության մասին՝ ՀՀ օրենքում 05.10.2010թ. կատարված լրացումներից հետո հայաստանյան ՓՄՁ-ների սուբյեկտները դասակարգվում են հետևյալ կերպ՝

- Գերփոքր՝ առևտրային կազմակերպություններ և անհատ ձեռնարկատերեր, որոնց աշխատողների միջին ցուցակային թվաքանակը կազմում է մինչև 10 մարդ, իսկ նախորդ տարվա գործունեությունից ստացված հասույթը կամ նախորդ տարեվերջի դրությամբ ակտիվների հաշվեկշռային արժեքը չի գերազանցում 100 մլն. դրամը:

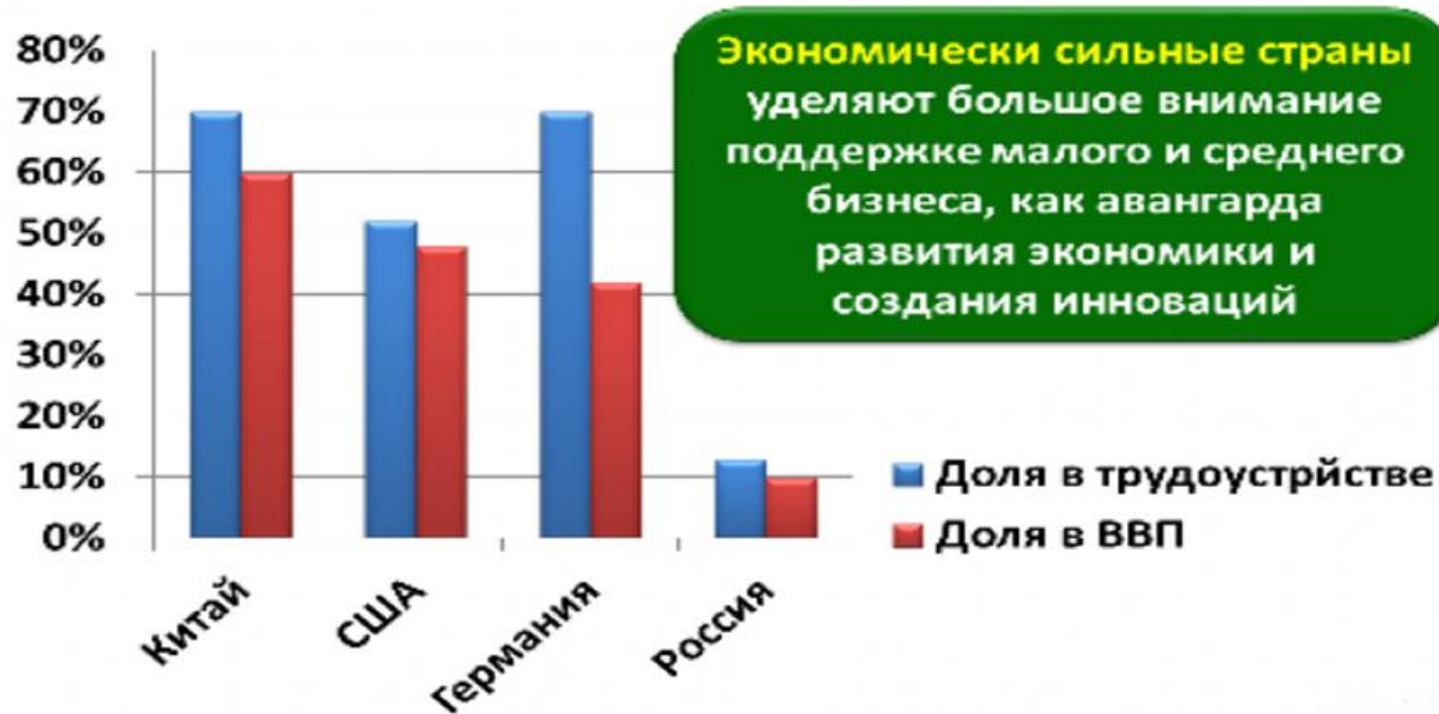
## ԾԱՆՈԹՈՒԹՅՈՒՆ (2)

- Փոքր, որոնց աշխատողների միջին ցուցակային թվաքանակը կազմում է մինչև 50 մարդ, իսկ նախորդ տարվա հասույթը չի գերազանցում 500 մլն. դրամը:
- Միջին, որոնց աշխատողների միջին ցուցակային թվաքանակը կազմում է մինչև 250 մարդ, իսկ նախորդ տարվա հասույթը չի գերազանցում 1.500 մլն. դրամը կամ նախորդ տարեվերջի դրուլթյամբ ակտիվների հաշվեկշռային արժեքը չի գերազանցում 1000 մլն. դրամը:

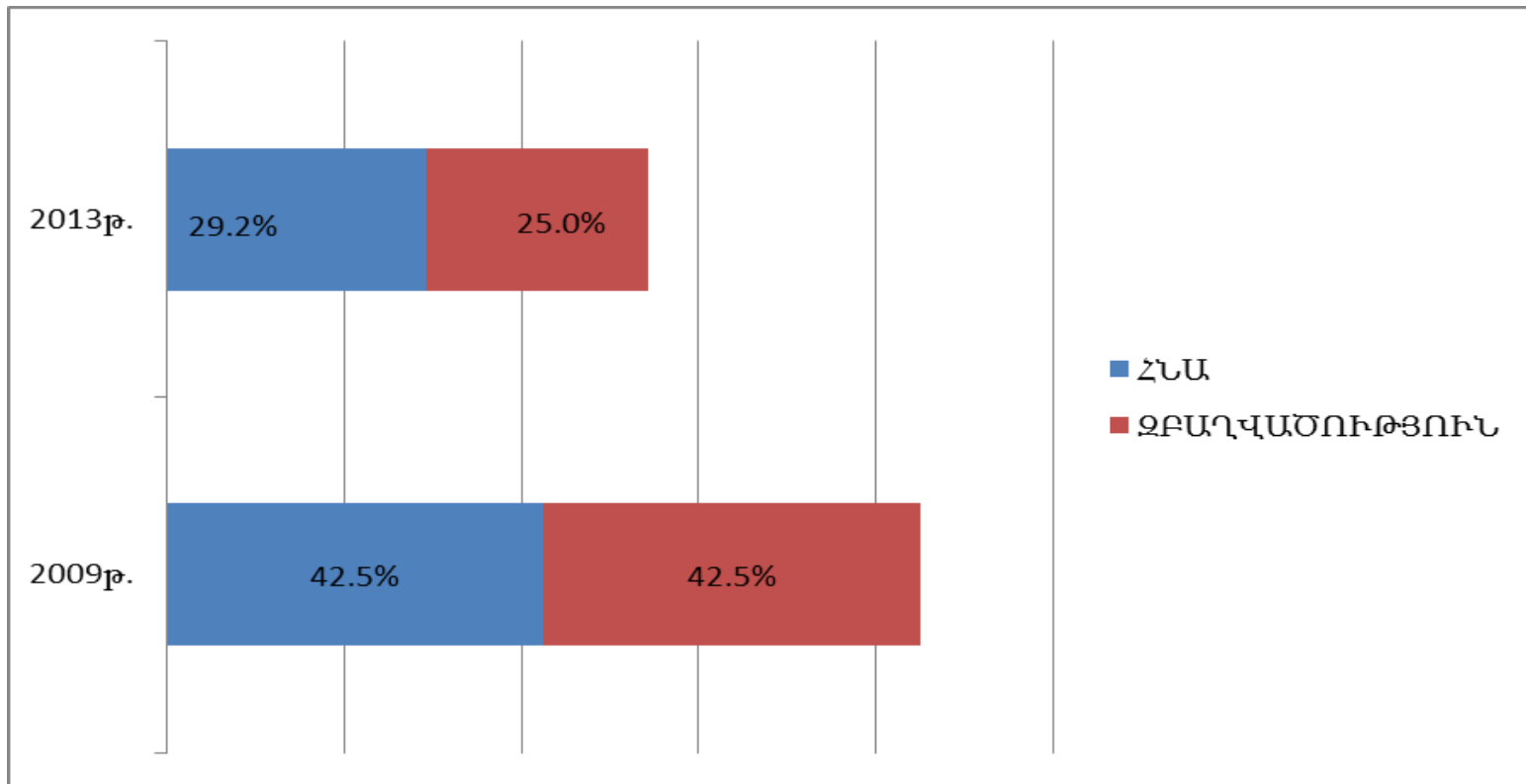
Օրենքը ուժի մեջ է մտել 2011թ. հունվարի 1-ից:

ՓՈՔԻ ԲԻԶՆԵՍԸ ՉԱՐԳԱՑԱԾ ԵՐԿՐՆԵՐՈՒՄ ԿԱԶՄՈՒՄ Է  
ՁԵՌՆԱՐԿՈՒԹՅՈՒՆՆԵՐԻ ՄԻՆՉԱ 90%-Ը, ԴՐԱՆՈՎ ԻՍԿ  
ՆՊԱՍՏԵԼՈՎ ՈՉ ՄԻԱՅՆ ՄԻՋԻՆ ԽԱՎԻ ՁԱԱՎՈՐՄԱՆԸ,  
ԱՅԼ ՆԱԵՎ ԲԱՐԵԿԵՑԻԿ ԿՅԱՆՔԻ ԱՊԱՅՈՎՄԱՆԸ

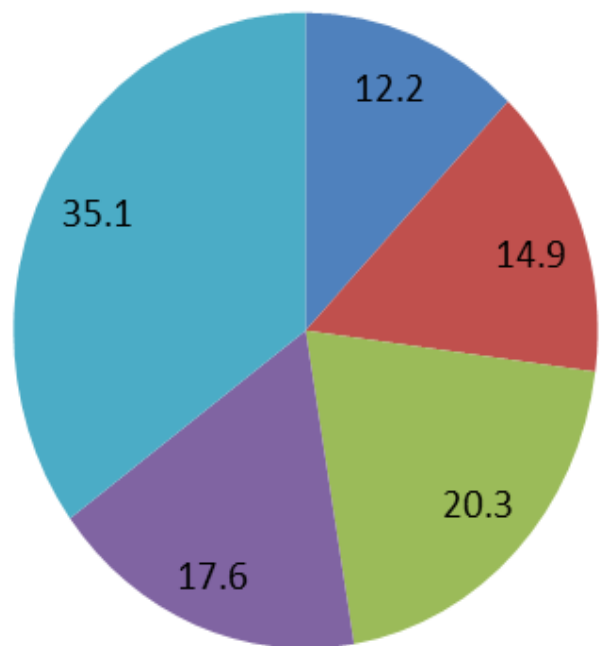
## Доля малых и средних фирм в экономике страны



# ՊԱՏԿԵՐԸ ՀԱՅԱՍՏԱՆԻ ՀԱՆՐԱՊԵՏՈՒԹՅՈՒՆՈՒՄ 2009 և 2013 թթ.



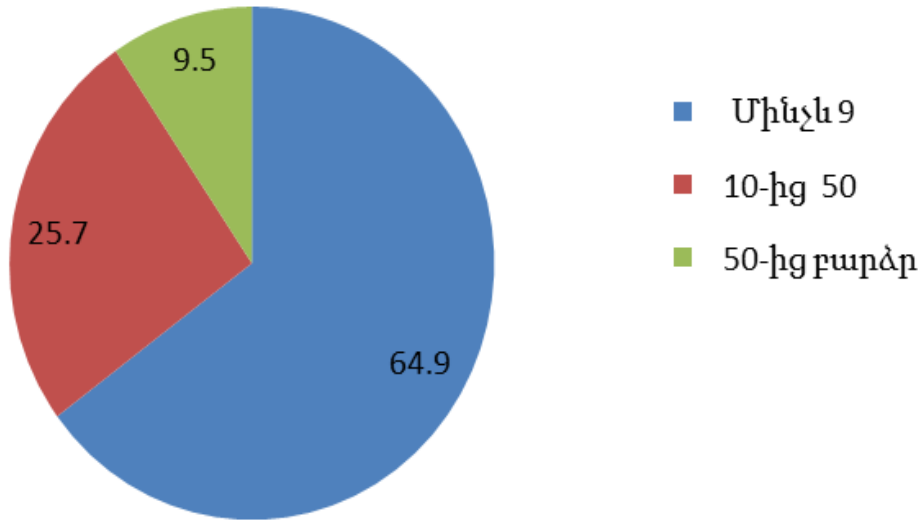
# 1. Հարցման մասնակիցները ներկայացնում են գործունեության հետևյալ ոլորտները՝



- ՏՏ, բարձր տեխնոլոգիաներ, ճշգրիտ ճարտարագիտություն
- Արտադրություն, շինարարություն
- Առևտուր
- Տուրիզմ
- Ծառայություններ՝ ապահովագրություն, սննդի կետեր, սպա կենտրոններ, գեղեցկության սրահներ, այլ

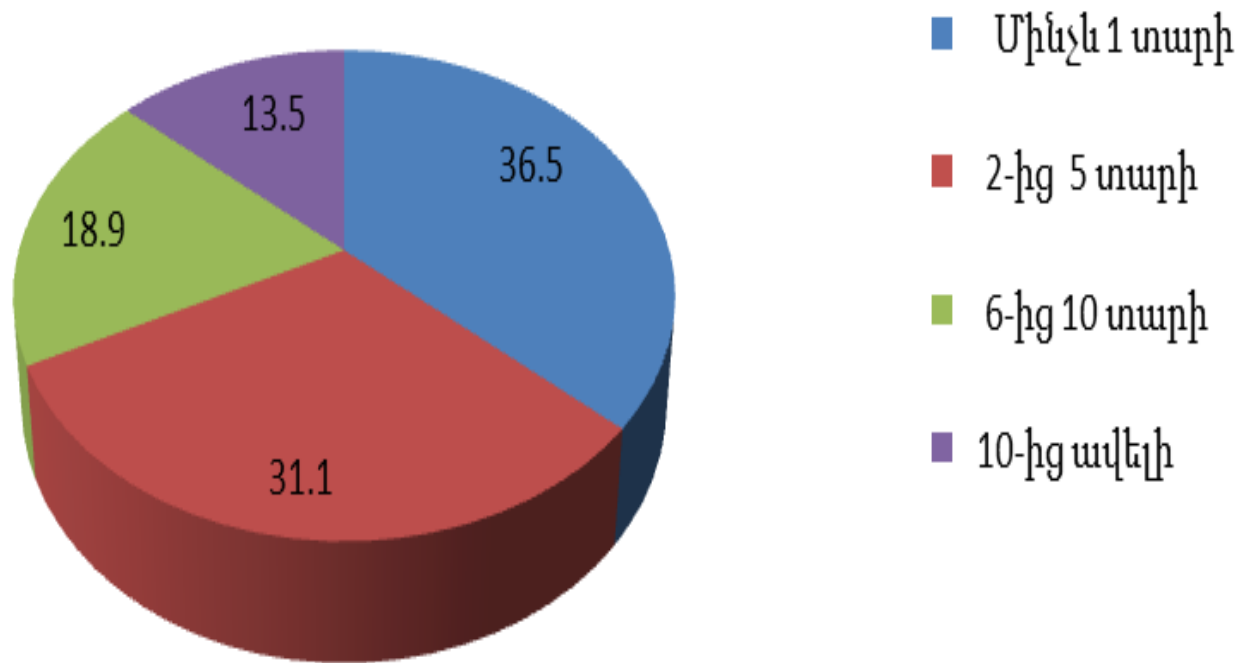
# ՎԵՐԼՈՒԾՈՒԹՅՈՒՆ

## 2. Ըստ աշխատակիցների թվի պատկերը հետևյալն է՝

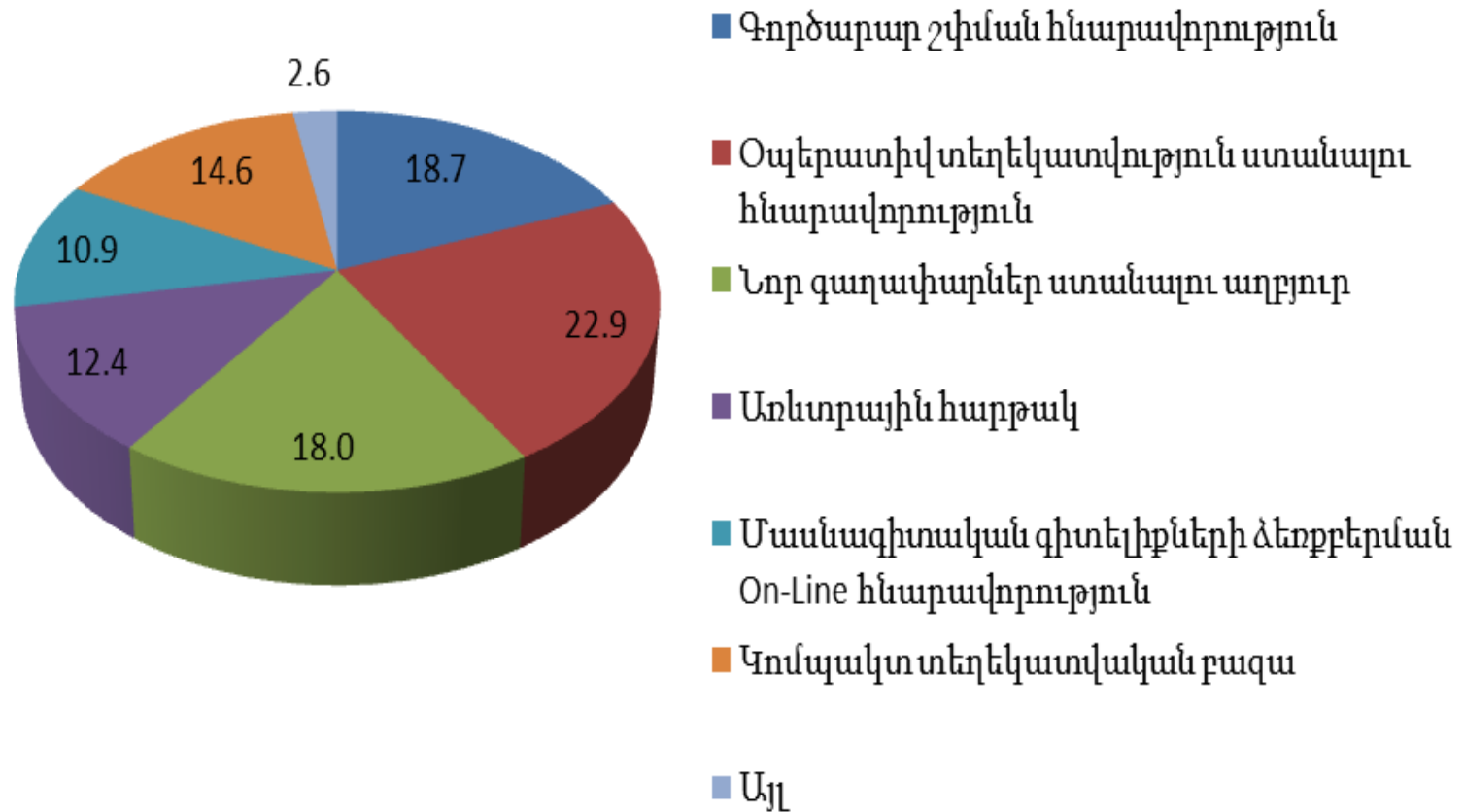




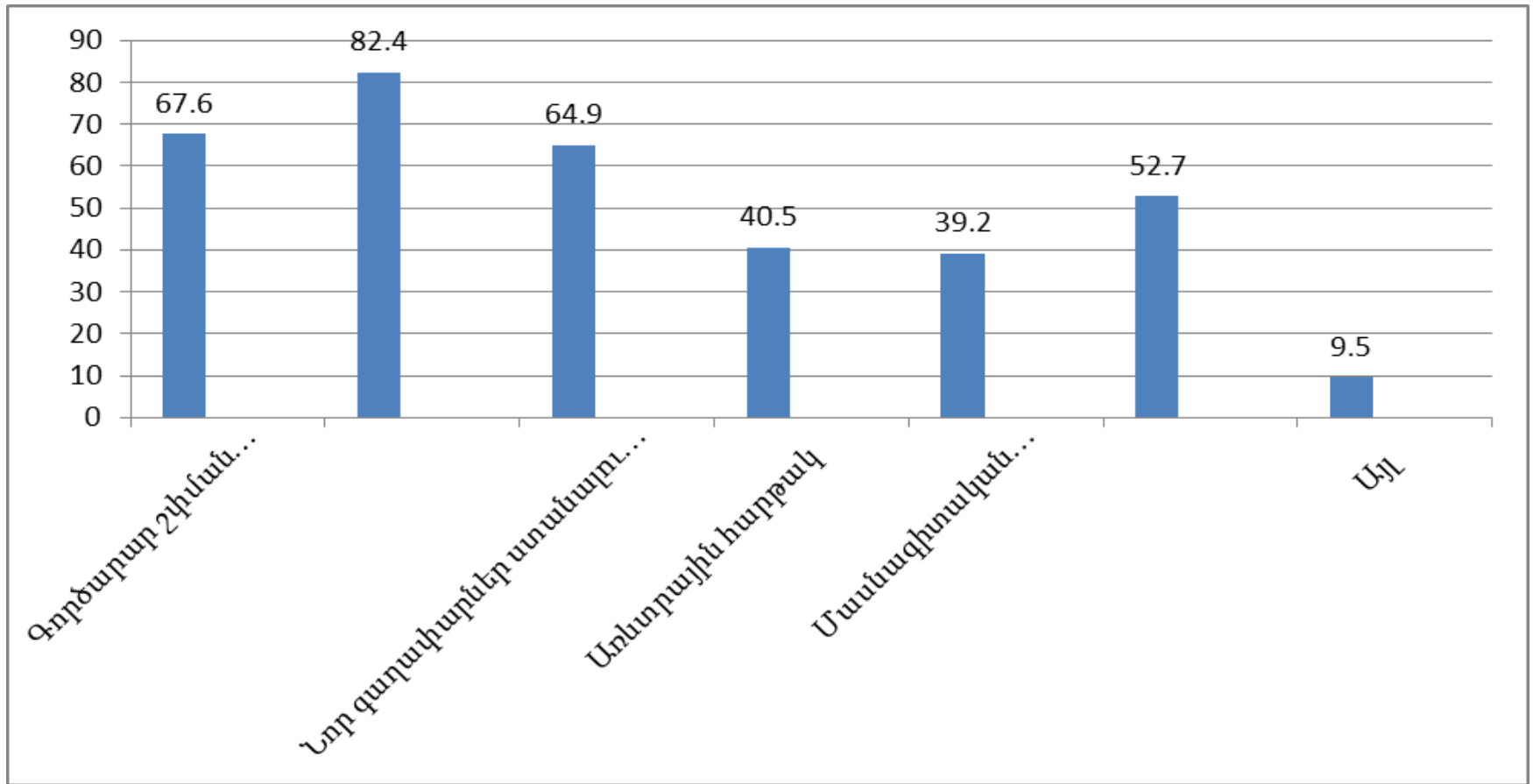
### 3. Հարցմանը մասնակցած կազմակերպություններն ըստ գործունեության ժամանակահատվածի ներկայացված են այսպես՝



#### 4. Հարցման մասնակիցները կարծում են, որ ինտերնետը գործարար մարդու համար դա՝ ա) ըստ պատասխանների թվի



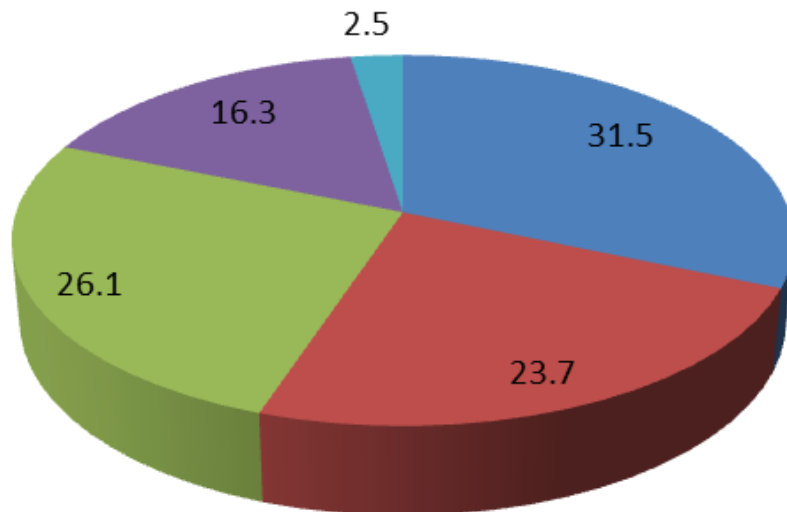
## Բ) ԸՍՏ ՀԱՐՑՎԱԾՆԵՐԻ՝



**Հարցվածների ճնշող մեծամասնությունը՝ 82.4%, գտնում է, որ ինտերնետը գործարար մարդու համար օպերատիվ տեղեկատվություն ստանալու հնարավորություն է, 67.6% -ը ինտերնետը համարում է գործարար շփման հնարավորություն, ևս 64.9 %-ը՝ նոր գաղափարներ ստանալու աղբյուր:**

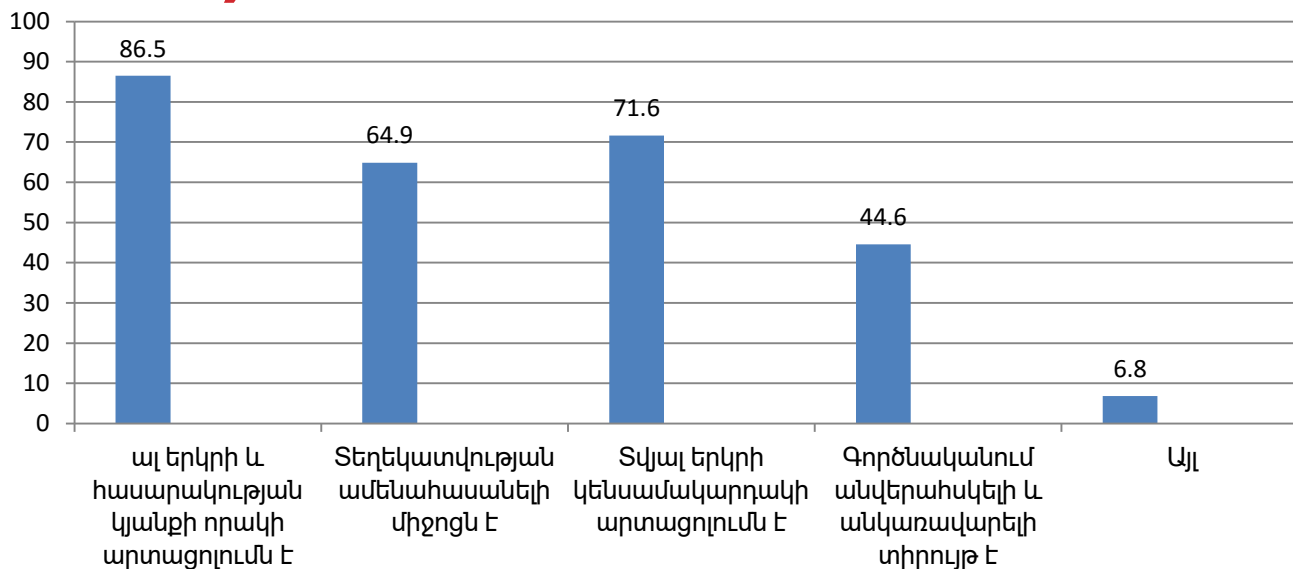
## 5. Հարցվածներն իրենց գնահատականներում կարծիք են հայտնել, որ ինտերնետն այսօր

### ա) ըստ պատասխանների թվի



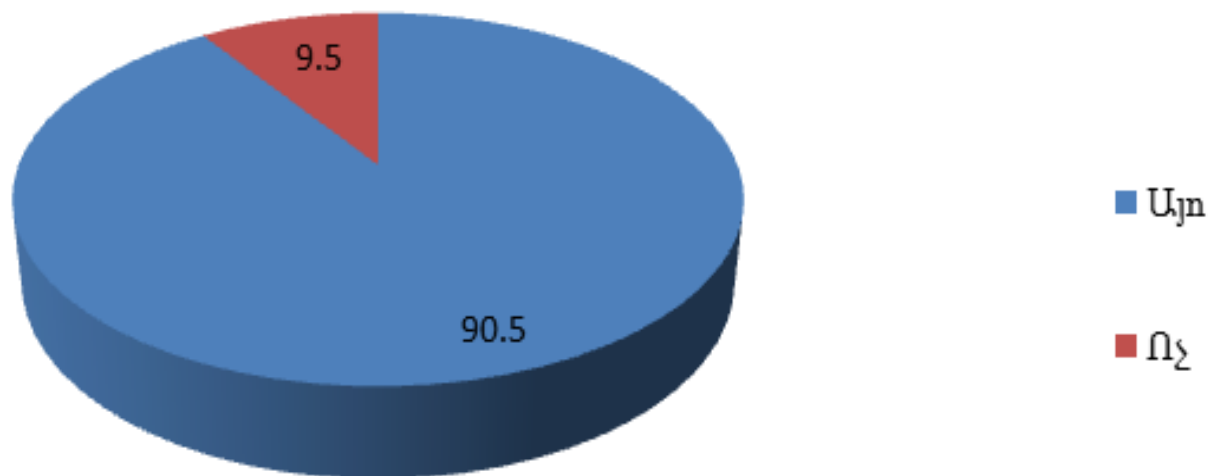
- Տվյալ երկրի և հասարակության կյանքի որակի արտացոլումն է
- Տեղեկատվության ամենահասանելի միջոցն է
- Տվյալ երկրի կենսամակարդակի արտացոլումն է
- Գործնականում անվերահսկելի և անկառավարելի տիրույթ է
- Այլ

## Բ) ԸՍՏ ՉԱՐՑՎԱԾՆԵՐԻ

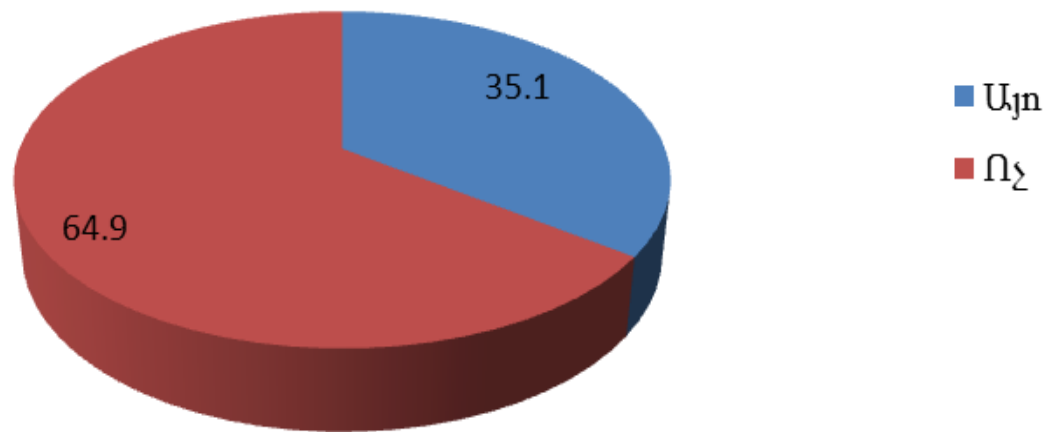


**Չարցվածների ճնշող մեծամասնությունը գտնում է, որ ինտերնետն այսօր տվյալ երկրի և հասարակության կյանքի որակի ու կենսամակարդակի արտացոլումն է:**

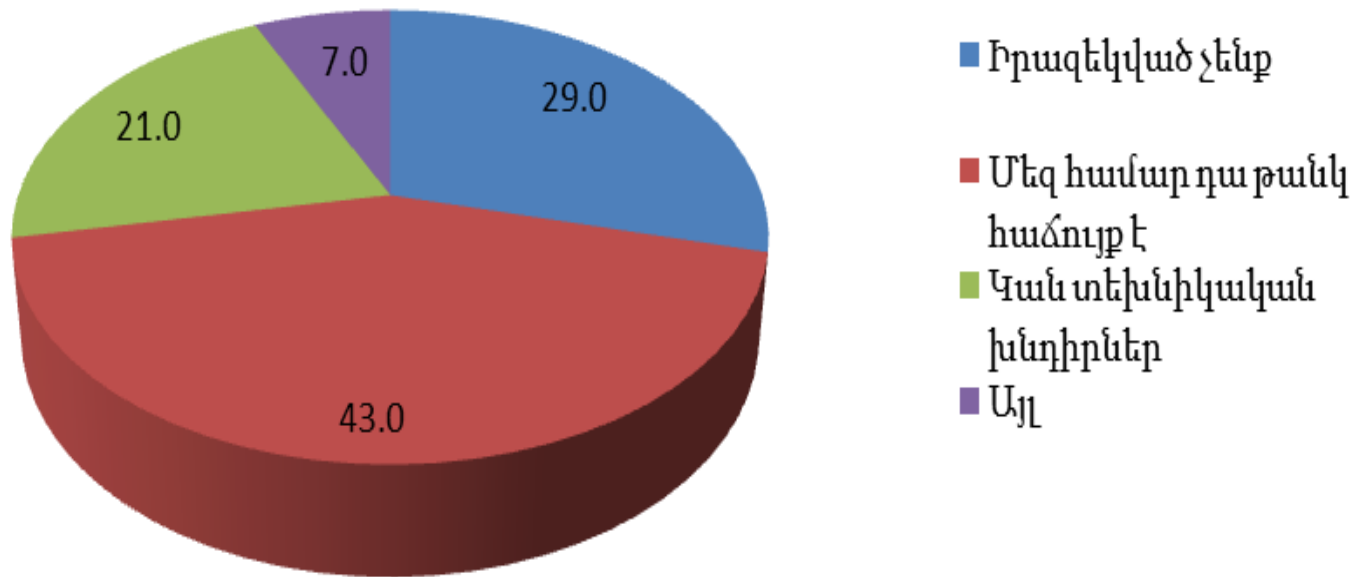
6. Հարցվածների բացարձակ մեծամասնությունը՝ 90.5%-ը, գտնում է, որ ինտերնետի շնորհիվ Հայաստանի ՓՄՁ-ները կարող են հաղթահարել երկրին պարտադրված շրջափակումը: Ինտերնետի միջոցով հնարավոր է լրացնել տեղեկատվության պակասը, ապահովել թափանցիկությունը, որն իր հերթին կրերի երկրի վարկանիշի և գրավչության բարձրացմանը, դրանով ապահովելով ներդրողների մուտքը երկիր:



**7. Հետազոտության կարևոր խնդիրներից էր նաև պարզել, թե ինչն է պատճառը, որ . am տիրույթում դոմենային անվանումների գրանցումն հեռու է բավարար լինելուց: Հարցվածների միայն 35.1 %-ը ունի իր կայք էջը:**

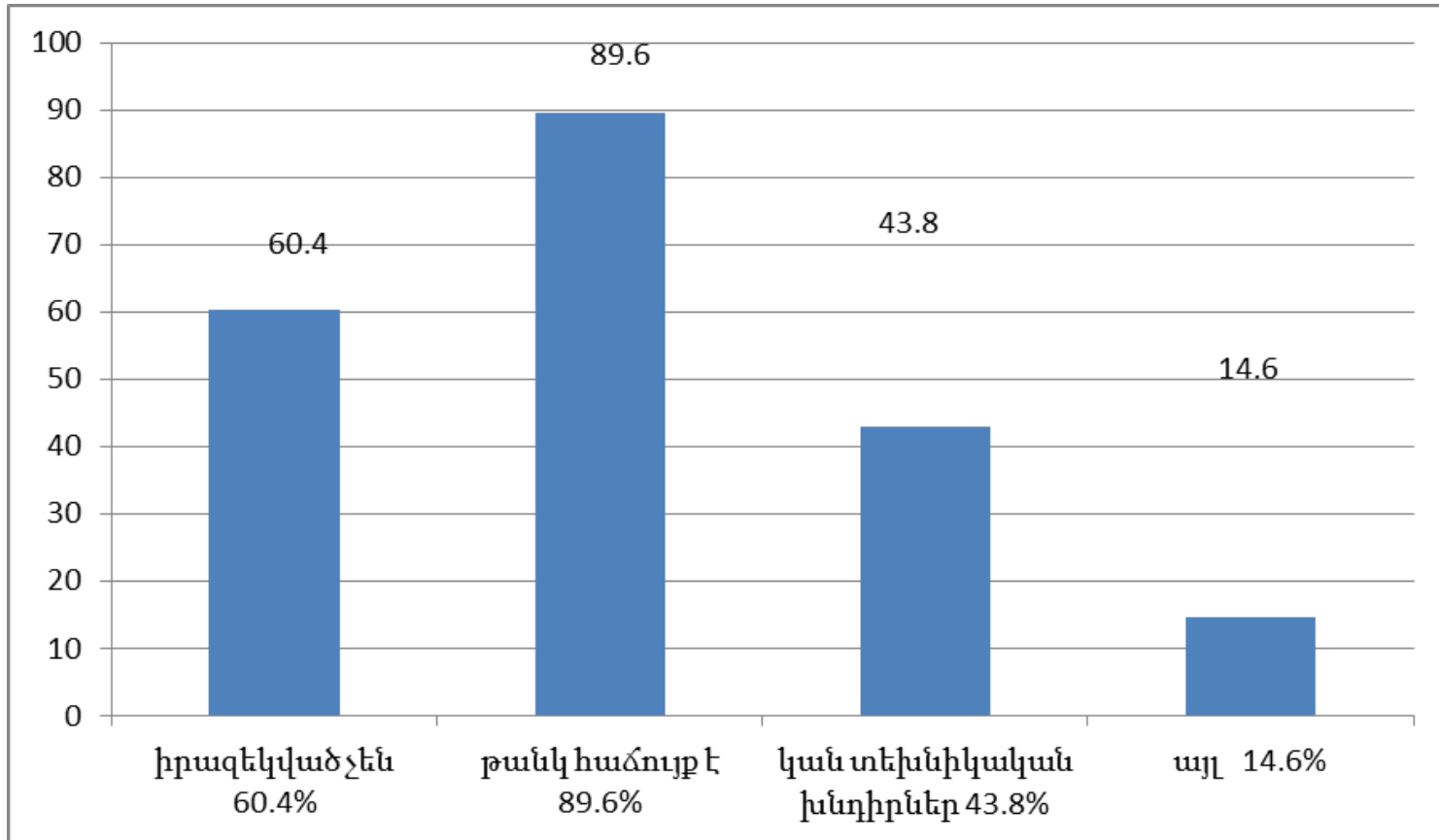


Ա) Կայք չունենալը հարցվածները հիմնականում պատճառաբանում են ֆինանսական դժվարություններով և իրազեկման պակասով  
ա) ըստ պատասխանների թվի

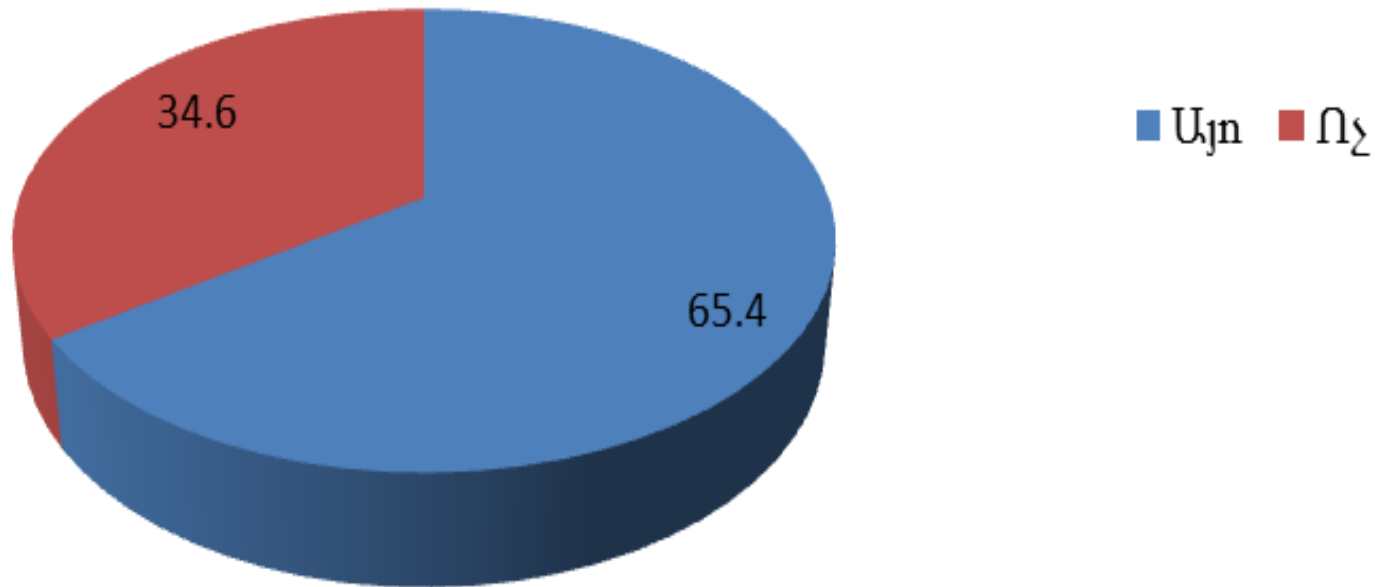




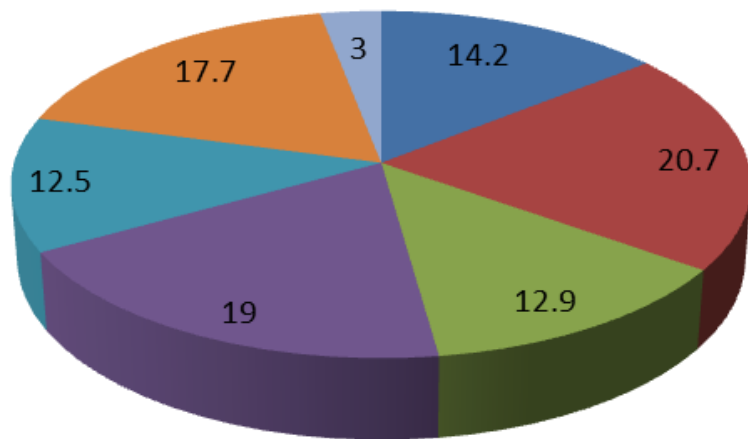
## Բ) ԸՍՏ ՉԱՐՑՎԱԾՆԵՐԻ



Բ) Կայքի անվանումը 65.4 %-ի մոտ  
համընկնում է կազմակերպության ֆիրմային  
անվան հետ

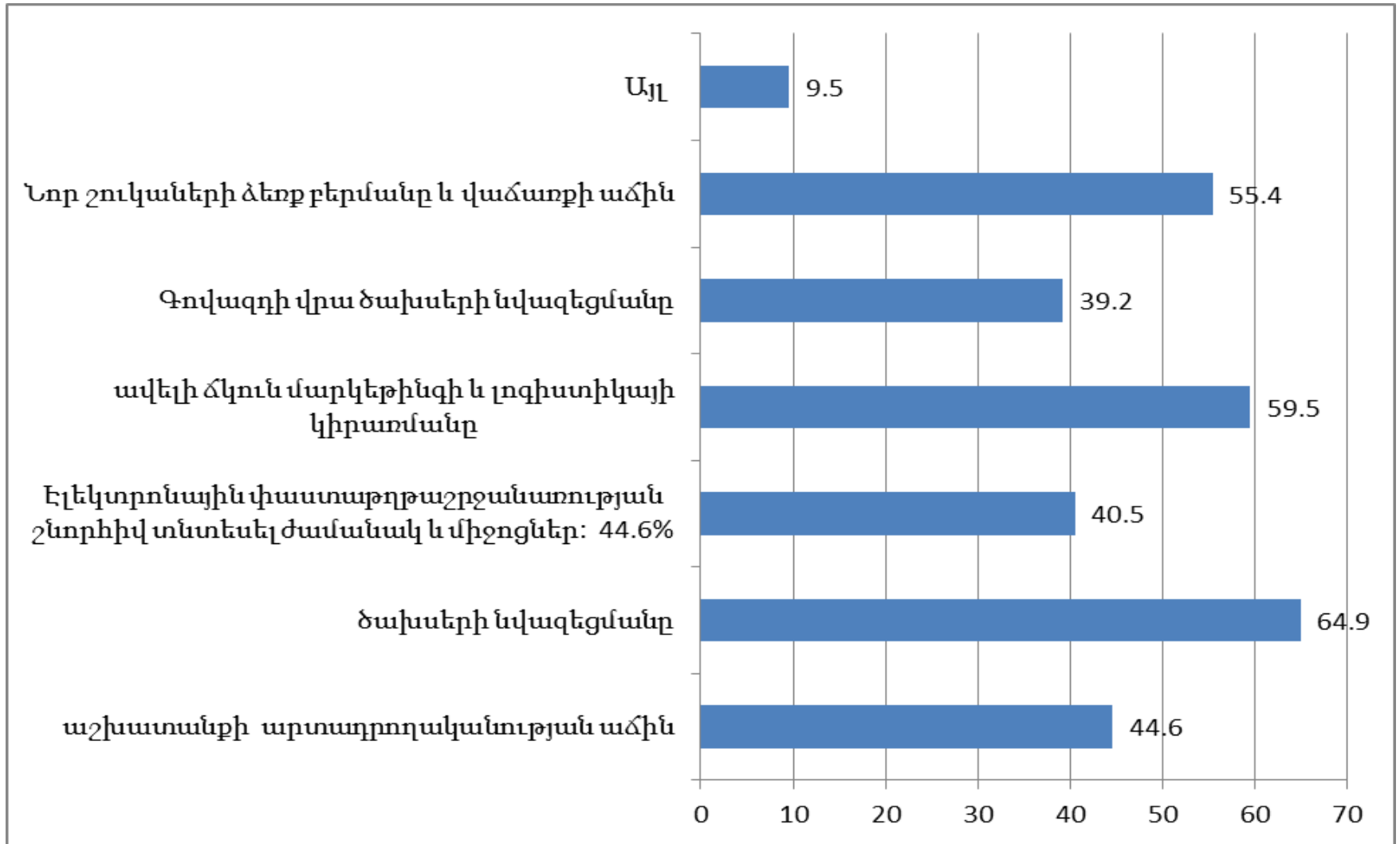


**Բ) ըստ պատասխանների թվի հարցվածների 20.7 %-ը փաստում է, որ ինտերնետը նպաստել է իրենց ծախսերի նվազեցմանը: 19.0%-ը ավելի ճկուն մարկետինգ և լոգիստիկա է կիրառել ինտերնետի շնորհիվ, ևս 17.7%-ը՝ նոր շուկաներ է ձեռք բերել:**

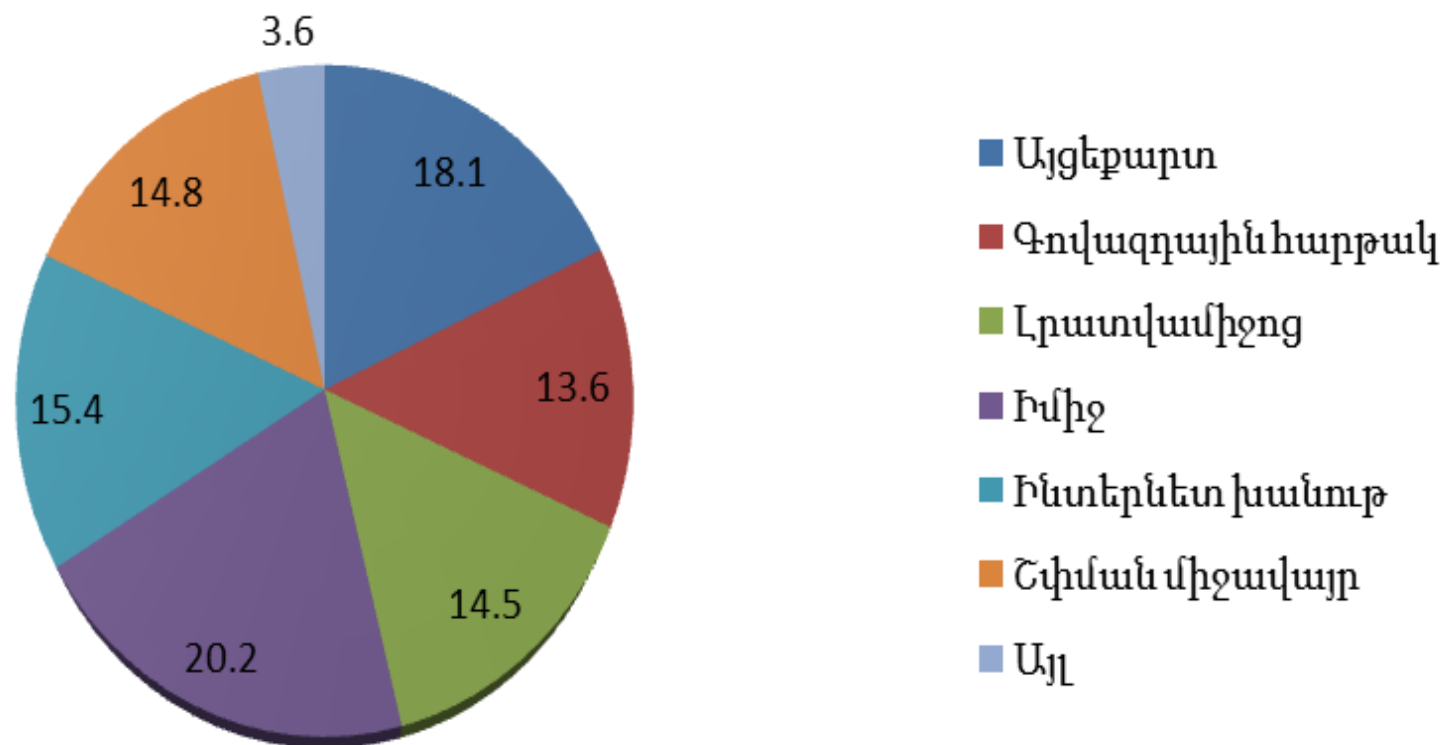


- Աշխատանքի արտադրողականության աճին
- Ծախսերի նվազեցմանը
- Էլեկտրոնային փաստաթղթաշրջանառության շնորհիվ տնտեսել ժամանակ և միջոցներ:
- Ավելի ճկուն մարկեթինգի և լոգիստիկայի կիրառմանը
- Գովազդի վրա ծախսերի նվազեցմանը
- Նոր շուկաների ձեռք բերմանը և վաճառքի աճին
- Այլ

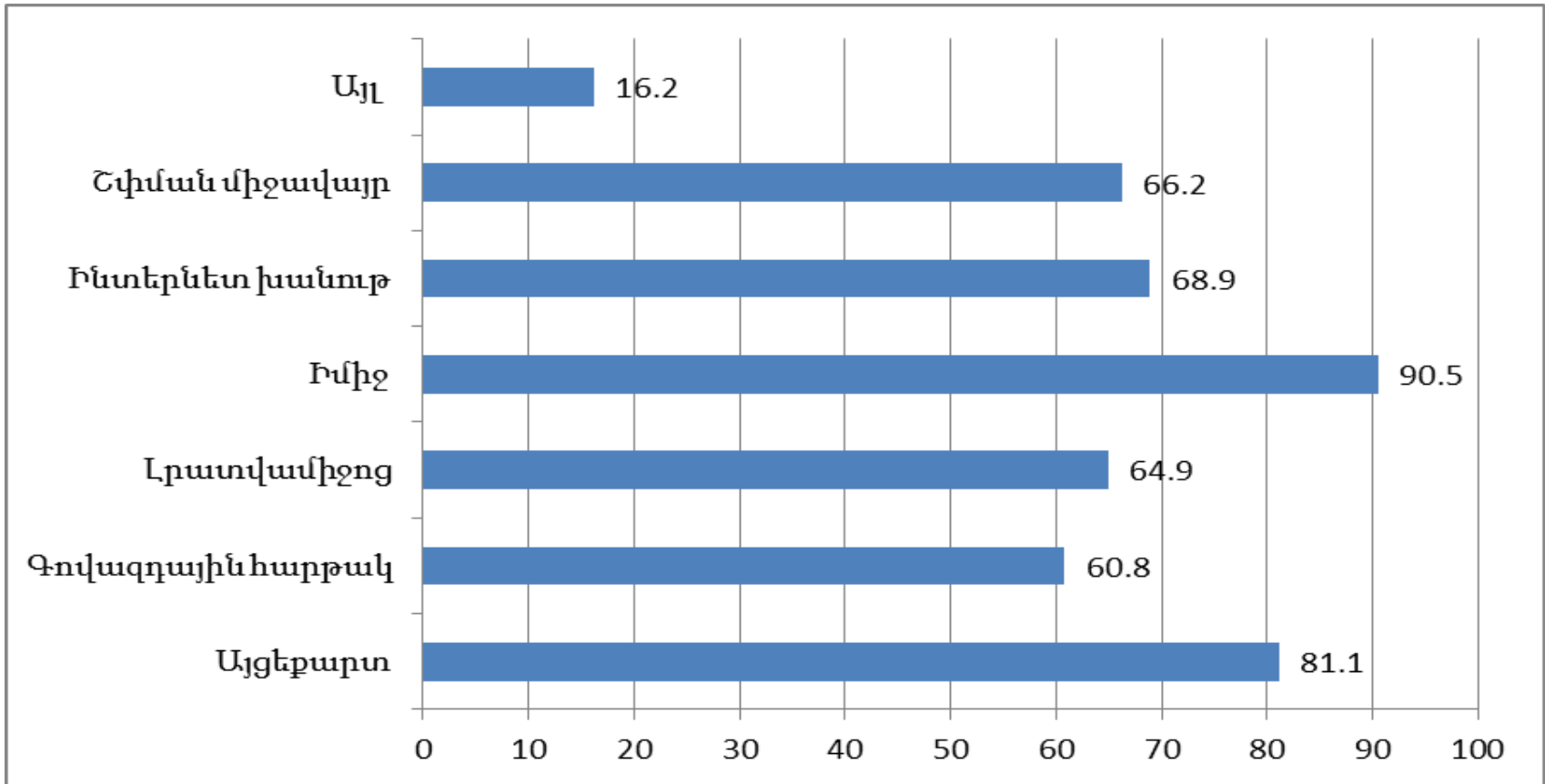
## Բ) ԸՍՏ ՀԱՐՑՎԱԾՆԵՐԻ



**8. Չնայած նրան, որ հարցվածների միայն 35.1%-ը ունի իր կայք-էջը, կարծում են, որ կայքը, տնտեսվարողի համար, դա  
ա) ըստ պատասխանների թվի**

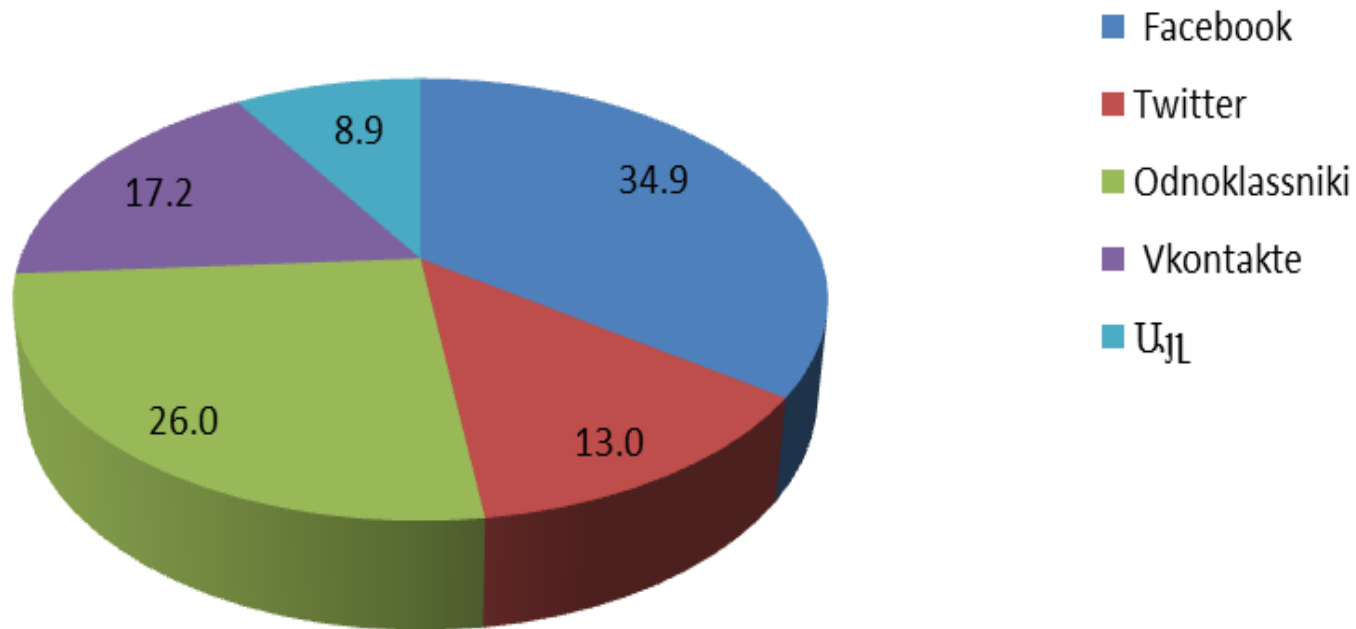


## Բ) ԸՍՏ ՀԱՐՑՎԱԾՆԵՐԻ

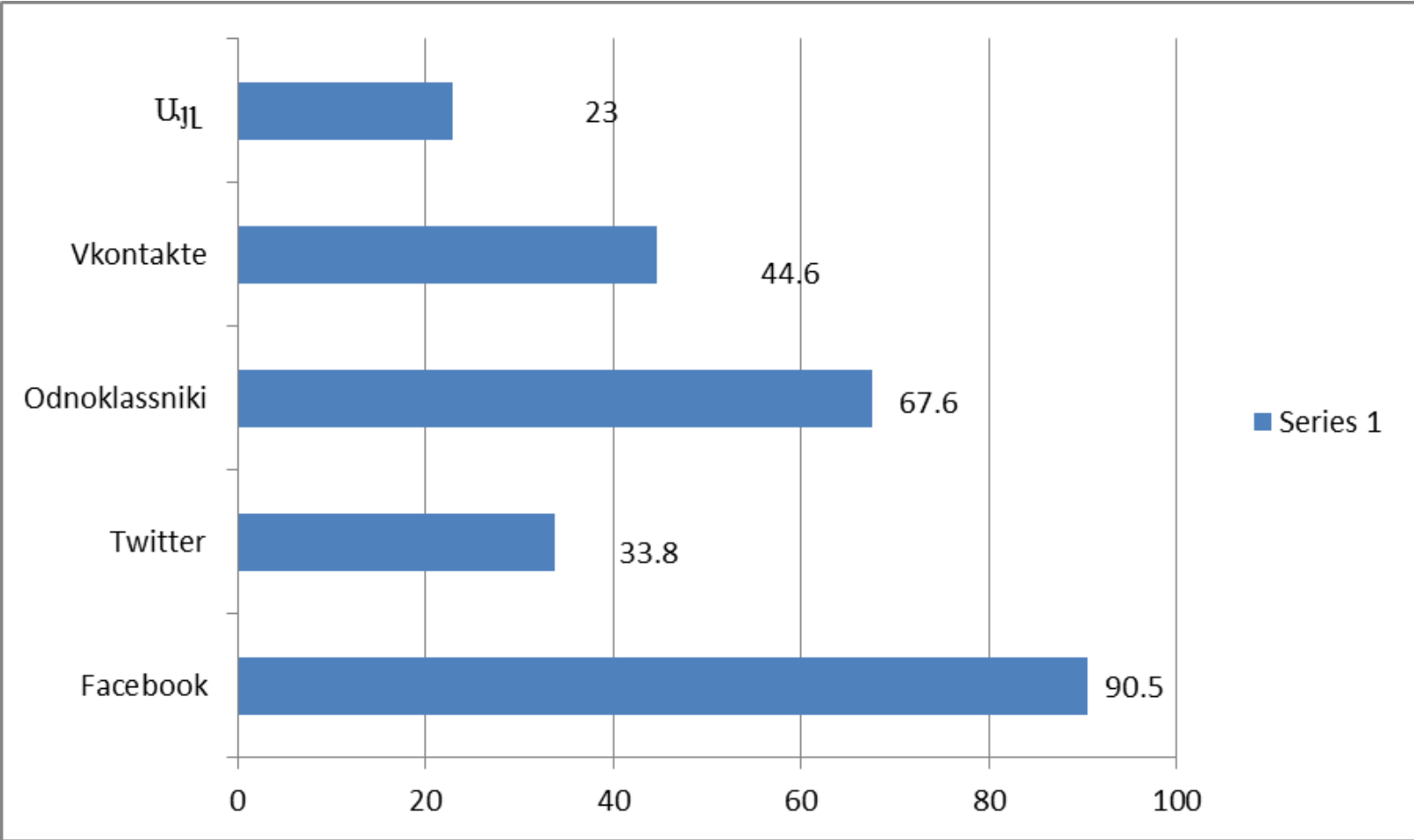


**Տնտեսվարողները հիմնականում այն կարծիքին են, որ կայք ունենալը իմիջ է, շփման միջավայր և այցեքարտ:**

9. Հստ պատասխանների թվի հարցվածների 34.9 %-ը նախընտրում է Facebook-ը, 26.0%-ը՝ Odnoklassniki սոց ցանցերը:



# Բ) ԸՍՏ ՅԱՐՑՎԱԾՆԵՐԻ **FACEBOOK**-Ի ԱՌՎԿԵԼՈՒԹՅՈՒՆԸ ԲԱՑԱՐՁԱԿ Է՝ **90.5%**:





# ՀԱՄԱԴՐԵԼՈՒ ՀԱՄԱՐ ՆԵՐԿԱՅԱՑՎՈՒՄ Է ՌԴՈՒՄ ԿԱՏԱՐՎԱԾ ՀԱՄԱՆՄԱՆ ՈՒՍՈՒՄԱՍԻՐՈՒԹՅԱՆ ՊԱՏԿԵՐԸ՝

## Малый бизнес в соцсетях

Есть ли у вашей компании официальная страница в социальных сетях?



Считаете ли вы социальные сети эффективным каналом привлечения заказчиков?



В каких социальных сетях присутствует компания



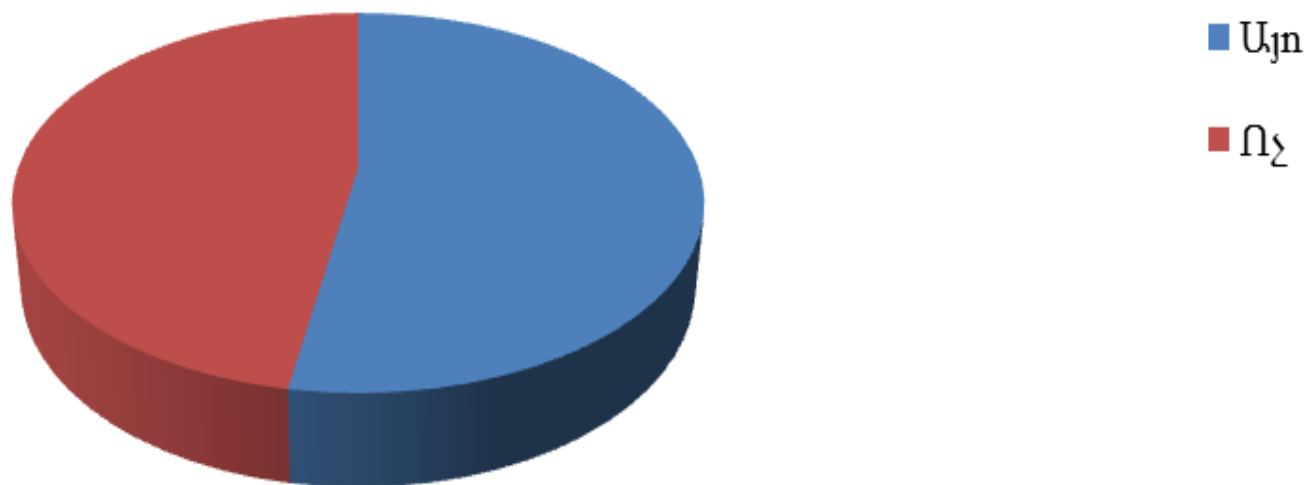
Кто администрирует группы вашей компании в социальных сетях?



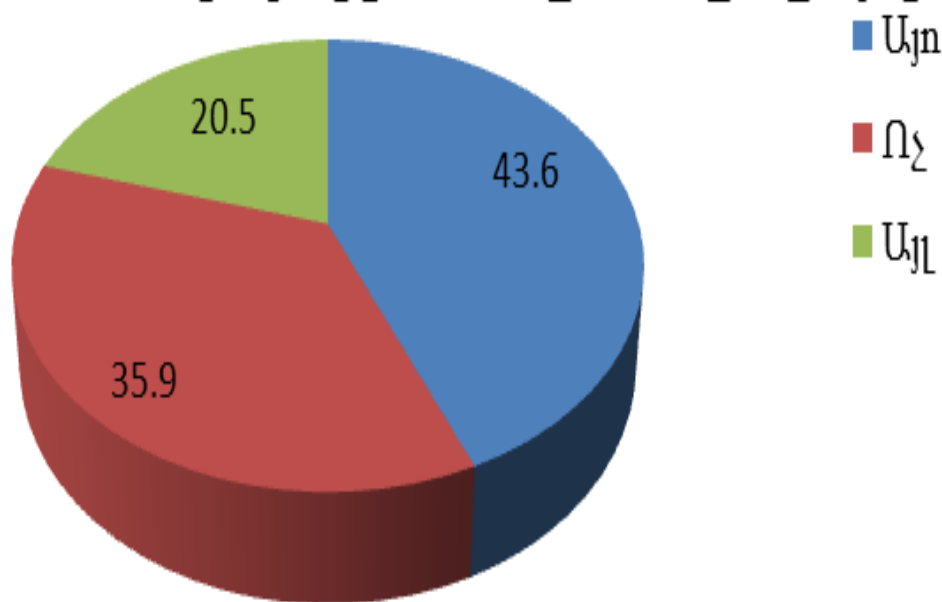
С какой целью вы используете или использовали бы социальные сети для бизнеса?



**10. Տնտեսավարողների 52.7%-ը ունի իր քիզնես էջը  
Facebook-ում**

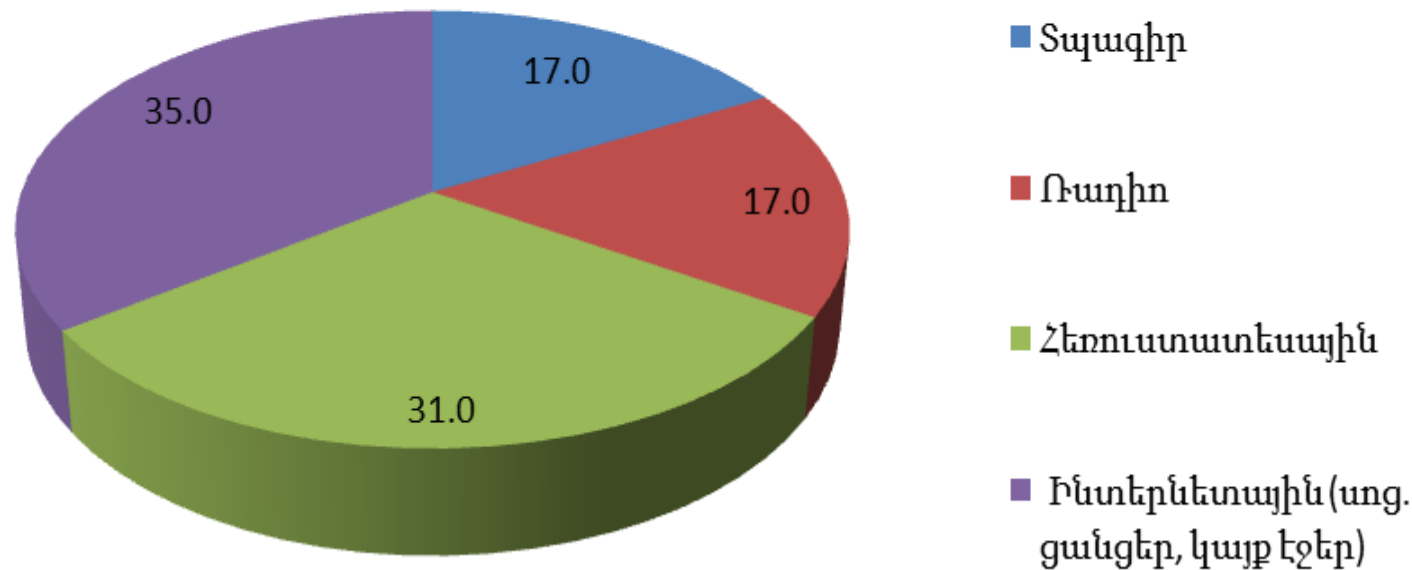


Նրանցից 43.6%-ը Facebook իրենց էջը համարում է արդյունավետ, ոչ արդյունավետ է համարում կայք ունեցողների 35.9%-ը, 25%-ը՝ ոչ այնքան

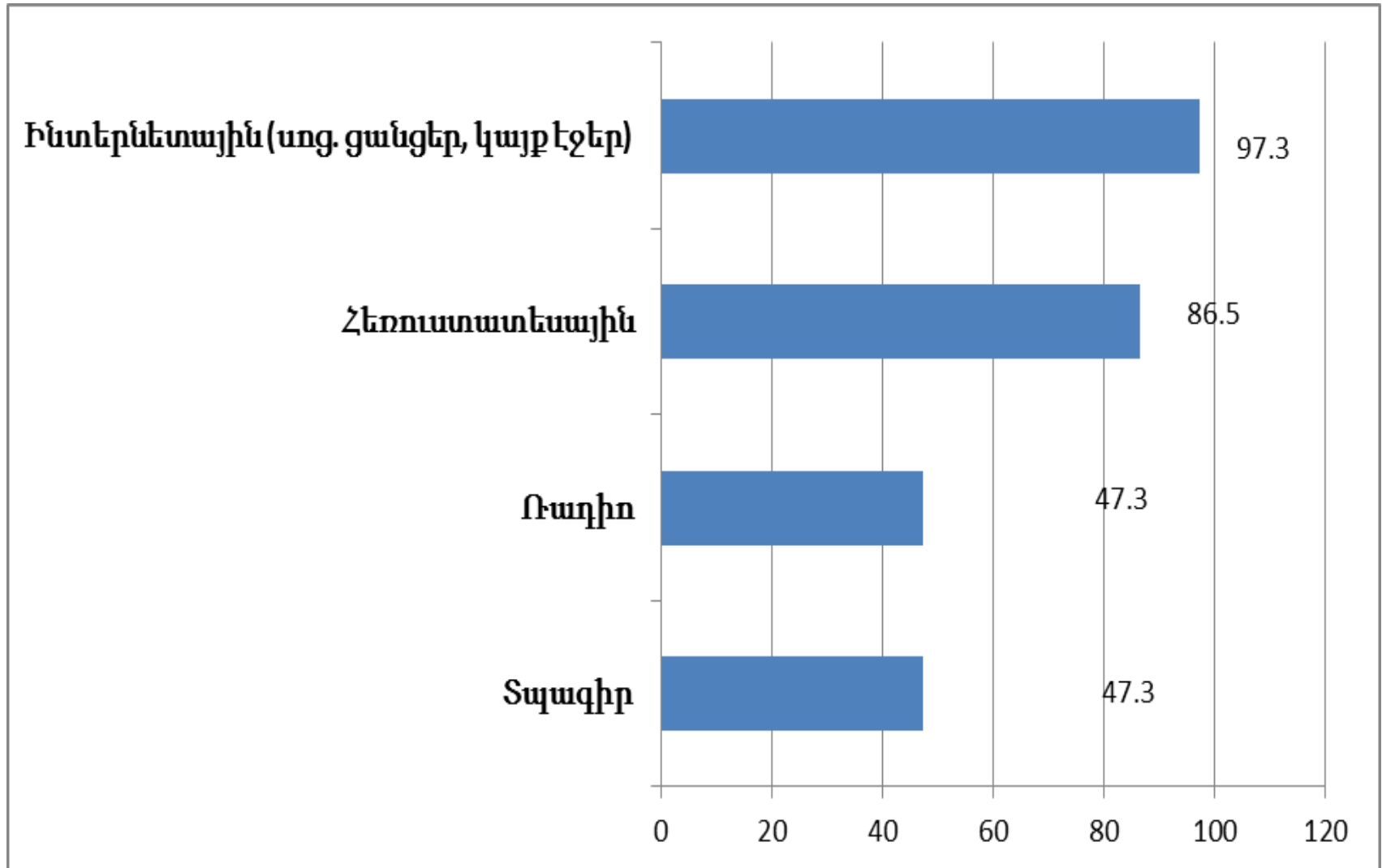


**11. Հետաքրքիր էր նաև իմանալ հարցվածների կարծիքը  
շահավետ գովազդի վերաբերյալ:**

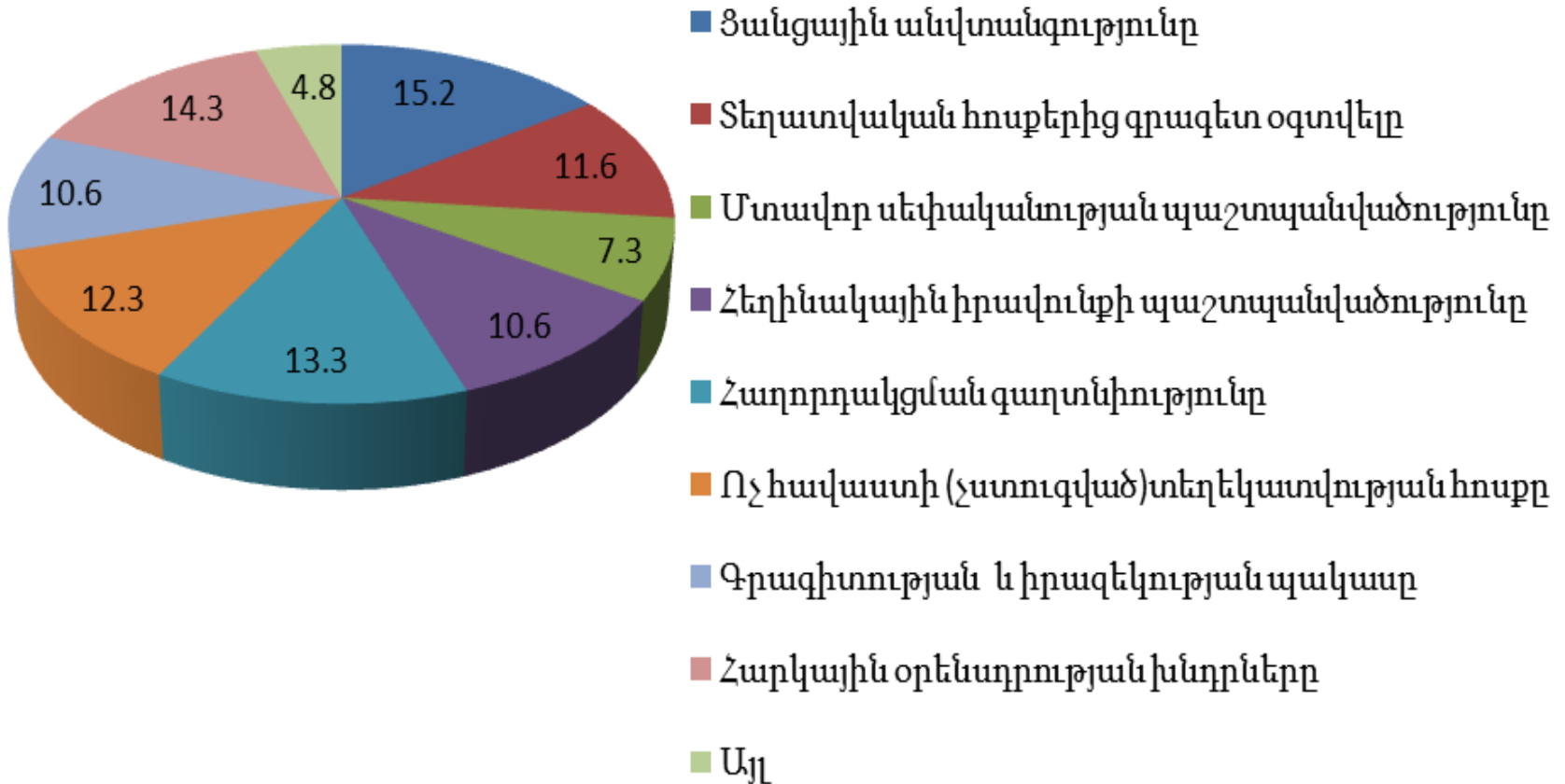
**ա) ըստ պատասխանների թվի հարցվածների 35.0%-ը  
համոզված է, որ ինտերնետային գովազդը (սոցցանցեր,  
կայք էջեր և այլն) ամենամատչելին է և շահավետ՝**



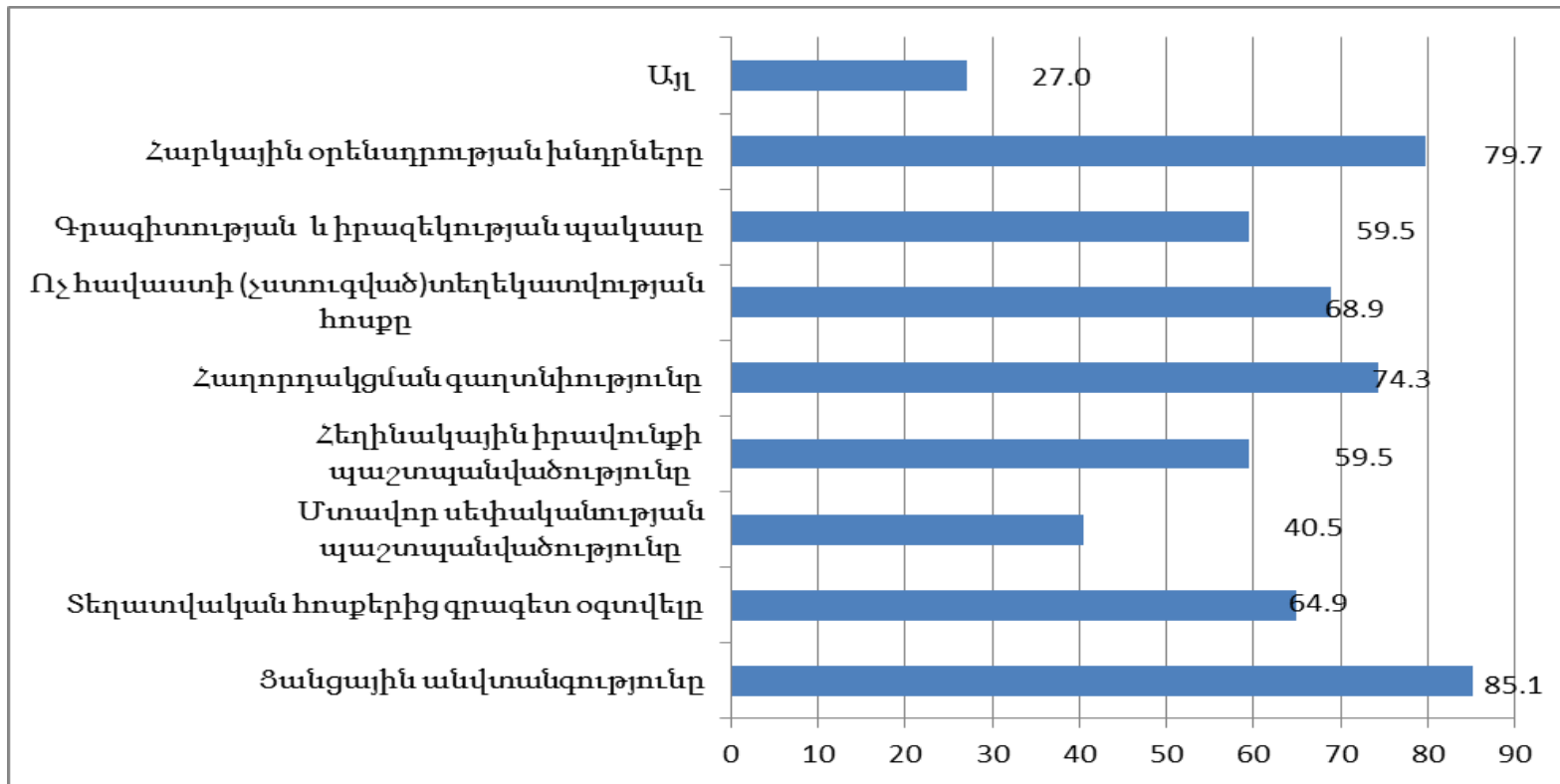
# Բ) ԸՍՏ ՀԱՐՑՎԱԾՆԵՐԻ ՊԱՏԿԵՐՆ ԱՎԵԼԻ ՑԱՅՏՈՒՆ Է՝



## 12. Գործարար մարդու համար հիմնական պրոբլեմներն ու մարտահրավերները ինտերնետից օգտվելիս, դրանք ա) ըստ պատասխանների թվի



## Բ) ԸՍՏ ՀԱՐՑՎԱԾՆԵՐԻ

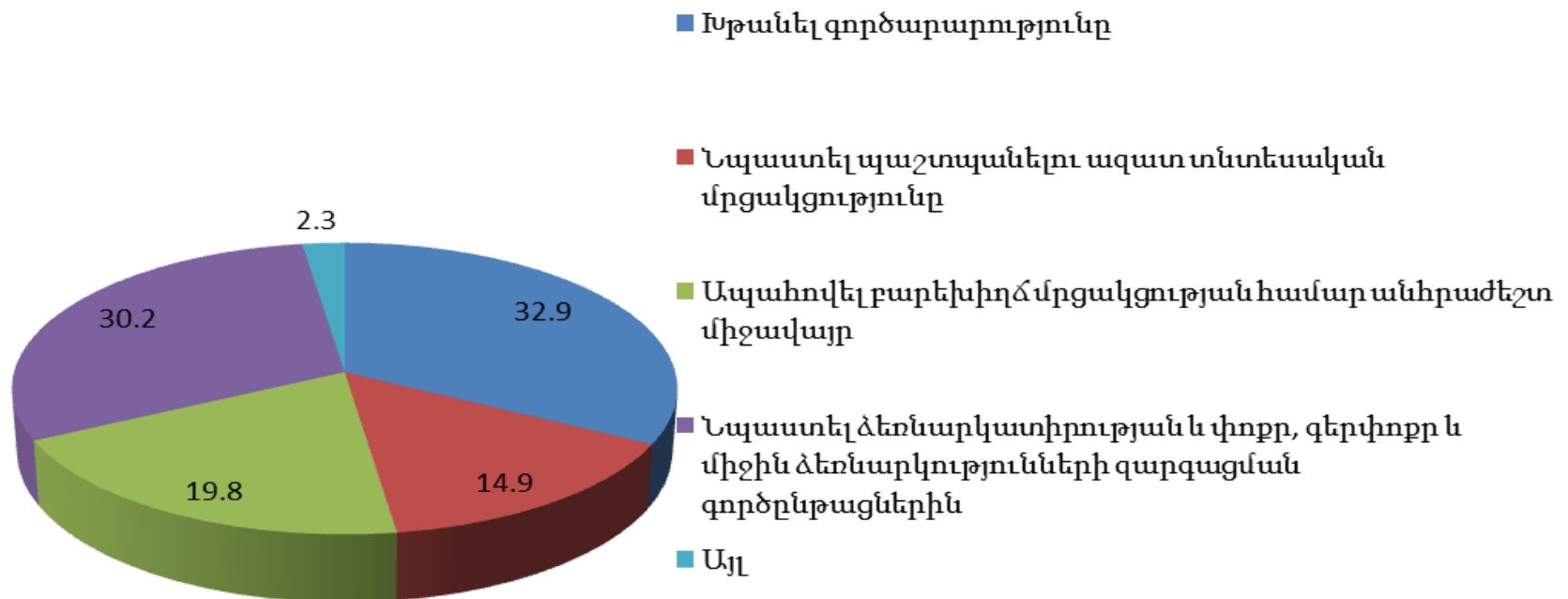


**ՓՄՁ ղեկավարները հիմնական պրոբլեմ և մարտահրավեր են համարում ցանցային անվտանգությունը, հարկային օրենսդրության խնդիրները, հաղորդակցման գաղտնիությունը և ոչ հավաստի տեղեկատվության հոսքը:**

**Ինքնաքննադատաբար նշվում է նաև տեղեկատվական հոսքերից ինքնուրույն և ոչ գրագետ օգտվել չկարողանալու ունակությունը:**

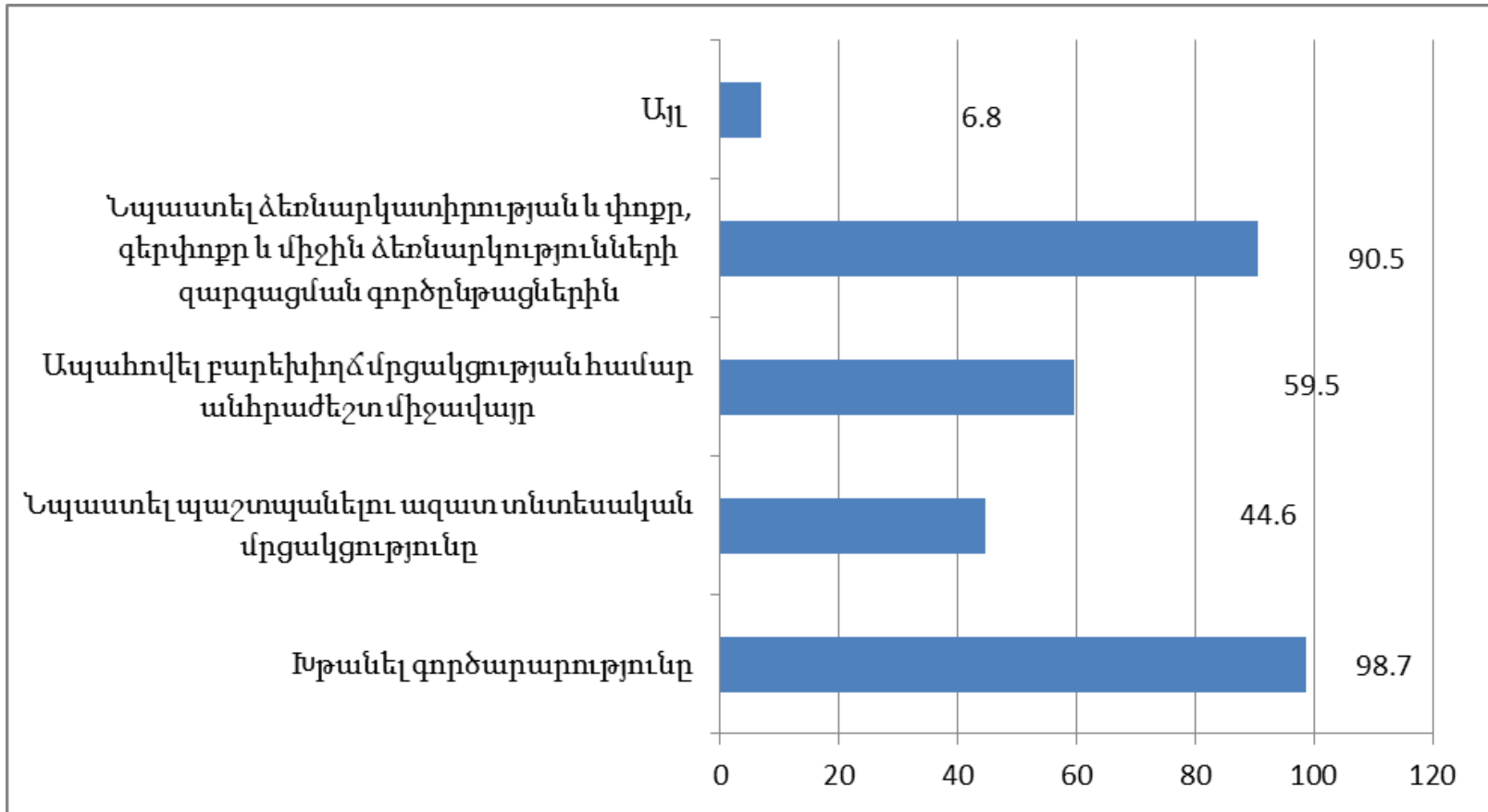
**13. Ուրախալի է այն, որ հարցվածների մեծամասնությունը՝ 32.95-ը, գտնում է, որ մոտ ապագայում ինտերնետը կխթանի գործարարությունը Հայաստանում, կնպաստի ձեռնարկատիրության և ՓՄՁ-ների հետագա զարգացման գործընթացներին:**

**ա) ըստ պատասխանների թվի**





## Բ) ԸՍՏ ՀԱՐՑՎԱԾՆԵՐԻ



**Հատկանշական է, որ գործարարության խթանումը ստացավ հարցման մասնակիցների բացարձակ առավելագույն արժեքը՝ հարցվածներ 98.7%-ը: Հարցվածները համոզված են, որ ինտերնետն է բիզնեսի խթանման շարժիչ ուժը և այն ի վիճակի է նպաստել ձեռնարկատիրության և ՓՄՁ-ների զարգացման գործընթացներին՝ 90,5%:**

# ԵԶՐԱՅԱՆԳՈՒՄ

Դեռ վաղ անցյալից մարդիկ մտածում էին միմյանց միջև հաղորդակցման մասին: Չամարվում է, որ մարդիկ ունեցել են հաղորդակցվելու երկու եղանակ՝

Անմիջական հաղորդակցությունը մարդկանց միջև՝ ժեստերի, ժայռապատկեւների, խոսքի, գրի և գրականության միջոցով

Տեղեկատվության տարածումը և մատուցումը տարածության վրա՝ աղավնի, սուրհանդակ, արդեն ավելի ուշ՝ նամակներ, ՉԼՄ-ներ՝ ռադիո, հեռուստացույց, իսկ այժմ նաև ինտերնետ:

**Հաղորդակցման ձևերը հաջորդում էին միմյանց: Թվային տեխնոլոգիաների շնորհիվ այսօր կա նաև հաղորդակցվելու երրորդ եղանակը՝ մուլտիմեդիան, որը հաղորդակցման առաջին երկու տարբերակների համադրությունն է: Օպերատիվության տեսանկյունից ավանդական մեդիան իր տեղը զիջեց սոցիալական ցանցերին և ինտերնետ լրատվական կայքերին: Լուրն այսօր առաջինը հայտնվում է սոցցանցերում, հետո միայն ռադիո, հեռուստացույց, օրաթերթեր:**

**Գործարար աշխարհը նույնպես ուշի ուշով հետևում է բիզնես տեղեկատվության հոսքին, փորձում ճիշտ կողմնորոշվել լուրերի և տեղեկատվության այդ հորձանուտում:**

**Ուսումնասիրությունն իրականացնելիս որպես թիրախային խումբ ընտրվել է ինտերնետին և ինտերնետային կայքերի հնարավորությունների մասին ոչ լավատեղյակ ՓՄՁ-ները: Չնայած այդ հանգամանքին հարցմանը մասնակցած ՓՄՁ-ների սեփականատերերը և տնօրենները բավականին լավ էին պատկերացնում այն առավելությունները, որոնք իրենք կարող են ունենալ իրենց բիզնեսում ինտերնետի ավելի արդյունավետ կիրառման արդյունքում:**

**Հատկանշական է, որ հարցման ընթացքում նրանց հետ իրականացված բացատրական աշխատանքի շնորհիվ նրանցից շատերը ցանկություն հայտնեցին մոտ ապագայում սեփական կայք ունենալ: Նրանք համոզվեցին, որ ՓՄՁ-ների հաջողությունները, զարգացումը ուղակիորեն կախված է երկրում գրանցված դոմենների քանակից: Դրա վառ ապացույցը Գերմանիայի Դաշնությունն է, որտեղ ամեն օր գրանցվում է ավելի շատ դոմեն, քան Հայաստանում այս տարիների ընթացքում:**

**Արտահայտվեցին կարծիքներ տարբերակված մոտեցում ցուցաբերել գերփոքր բիզնեսի ներկայացուցիչների նկատմամբ դոմենային անունների վաճառքի, հոստինգի տրամադրման և նրանց կայքերի պատրաստման պատվերն ընդունելիս:**

**Ավելի լավատեղյակները փաստում էին, որ ինտերնետում դեռևս շատ չլուծված խնդիրներ կան՝**

**Ազատության ճիշտ գնահատում,**

**Մտավոր սեփականության և հեղինակային իրավունքի ոչ բավարար պաշտպանվածությունը,**

**Տեղեկատվության անվտանգությունը և այլն**

**Նրանք գտնում էին, որ ինտերնետը  
Հայաստանում ցավոք բավարար չափով  
թափանցելիություն ունենալու  
պարագայում՝ մոտ 60 տոկոս, դեռևս շատ ՓՄՁ-  
ների համար հասանելի չէ գնային և սոցիալ-  
տնտեսական բաղադրիչների առումով:**

**ՓՄՁ-ների շատ տնօրեններ համոզված էին, որ  
ինտերնետը Հայաստանի համար այն գործիքն  
է, որի շնորհիվ մենք կարող ենք հաղթահարել  
մեզ պարտադրված շրջափակումը և դուրս գալ  
միջազգային շուկաներ:**

**Հարցվածների ճնշող մեծամասնությունը թեև  
փաստում էր, որ ինտերնետը տեղեկատվության  
ամենահասանելի միջոցն է, այնուամենայնիվ  
ոչներ որոշակի անվստահություն  
տեղեկատվական հոսքերի հոսաալիության  
վերաբերյալ:**

**Ինտերնետը դա դեմոկրատիայի զարգացման և թափանցիկության աստիճանն է տվյալ երկրում: Այդ առումով ինտերնետը պետք է նպաստի վերացնելու տեղեկատվության պակասը, ապահովի թափանցիկություն, մշակութային փոխանակումներ, բիզնես կապերի ընդլայնում, նոր շուկաների ձեռք բերում, երկրի գրավչության բարձրացում, որն էլ իր հերթին կնպաստի ներդրումների և ներդնողների ավելացմանը: Փոքր չէ նաև ձեռնարկություններում էլեկտրոնային կառավարման անցնելու շնորհիվ օպտիմալացնել կոորպորատիվ ծառայությունը, նվազեցնել ծախսերը և հաճախորդներին ավելի բարձր որակի ծառայություններ մատուցել:**

ՇՆՈՐՀԱԿԱԼՈՒԹՅՈՒՆ