TNS opinion

Հարցում. Հայաստանի նախընտրական իրավիճակի վերջին գնահատումը

Ապրիլ, 2012թ.

Բովանդակություն

1. Հարցման մեթոդաբանությունը և որակի վերահսկումը
2. Հասարակության քաղաքական հետաքրքրվածությունը և տեղեկացվածությունը
3. Նախընտրական քարոզարշավ
4. Հասարակության ընտրական մասնակցությունը և կուսակցական նախապատվությունները

1. Հարցման մեթոդաբանությունը և որակի վերահսկումը

Մեթոդաբանությունը

- Հետազոտությունում կիրառվել է բազմաստիճան, պատահական (հավանականային) ընտրանք: Առաջին փուլում յուրաքանչյուր վարչական-տարածքային միավորից ընտրվել են ընտրանքի առաջնային միավորները (ԸԱՄ): IPSC և *TNS opinion* ընկերությունները ընտրված մեթոդաբանությունը համարել են լավագույնը:
- Իրականացվել է 1,600 դեմ առ դեմ հարցազրույց՝ 2012 թ. ապրիլի 17-ից 22-ը:
- Հարցազրույցներն իրականացվել են Հայաստանի 10 մարզերում և Երևանի բոլոր համայնքներում՝ ՀՀ բնակչության բաշխմանը համամասնորեն. Երևանում՝ 34.8%, մարզերում՝ 65.2 %:
- Տնային տնտեսություններն ընտրվել են պատահական քայլով՝ բացառելու համար զրուցավարների կողմից հարցվողների հնարավոր կողմնակալ ընտրության հետևանքով առաջացող սիստեմատիկ սխալները: Պատահական ընտրությունն ապահովելու համար տնային տնտեսություններում հարցման համար ընտրվել է այն անդամը, ում ծննդյան օրն ամենամոտն էր հարցման օրվան:
- Եթե հարցման համար ընտրված անձը տվյալ պահին բացակայել է, ապա իրականացվել է մեկից երկու հետայց՝ ամեն դեպքում նրա հետ հարցազրույց իրականացնելու համար: Հետայցերի անհաջողության կամ ընտրված անձի՝ հարցազրույցին մասնակցելուց հրաժարվելու դեպքում զրուցավարը ըստ ընթացակարգի ընտրել է հաջորդ տնային տնտեսությունը:
- Ընտրանքի իրականացման վերահսկման համար յուրաքանչյուր զրուցավար պարտավոր է եղել լրացնել իր այցելած տնային տնտեսությունների հասցեների այցացուցակը: Այցացուցակների տվյալների շտեմարանը վերլուծվել է *TNS opinion-ի* ներկայացուցչի կողմից՝ հավաստիանալու, որ զրուցավարները պահպանել են տնային տնտեսությունների և հարցվողների ընտրության նախորոշված ցուցումները:
- Տվյալները համակշռվել են ըստ ՀՀ բնակչության մարզային և սեռատարիքային բաշխումների: Հետազոտության արդյունքների ընտրանքային սխալը ±2.4% է:

TNS opinion

EuFoA European Friends of Armenia

Որակի վերահսկողությունը

- IPSC–ն և *TNS opinion*-ը համատեղ պլանավորել և համաձայնեցրել են ինչպես որակի վերահսկողության մեթոդաբանությունը, այնպես էլ դաշտային աշխատանքների վերահսկումը և հարցման իրականացումը:
- Ապահովելու համար հարցազրույցների իրականացման որակի համապատասխան ստանդարտները, հարցազրույցների 19%-ն իրականացվել է IPSC-ի դաշտային աշխատանքների որակի վերահսկման համակարգողների ներկայությամբ: IPSC–ի հարցաթերթերի որակի ստուգման պատասխանատուները ստուգել են բոլոր հարցաթերթերի լրացման որակը, այդ թվում՝ լրացված պատասխանների տրամաբանական համապատասխանությունը: Հարցաթերթերի 4%-ը ստուգվել է հետայցերով: Իրականացվել է տվյալների շտեմարան մուտքագրված հարցաթերթերի 25%-ի վերաստուգում՝ ապահովելու համար մուտքագրված տվյալների ճշտությունը: Բոլոր ստուգումների արդյունքում խոտանվել է 23 հարցազրույց (ընտրանքի 1.4%-ի չափով):
- IPSC-ն և TNS opinion-ը միմյանցից անկախ ստուգել են զրուցավարների երթուղային թերթիկները՝ հավաստիանալու, որ հարցվողների ընտրությունն իրականացվել է նախորոշված պատահական ընթացակարգով:
- IPSC-ն հեռախոսազանգերի միջոցով ստուգել է բոլոր հարցվածների 30%-ի ժողովրդագրական բնութագրերը, ինչպես նաև հարցումների իրականացման պայմանների համապատասխանությունը զրուցավարի կողմից հարցաթերթերում լրացված տվյալներին: Բացի դրանից, *TNS opinion*–ը հեռախոսազանգերով ստուգել է իրականացված հարցազրույցների պատահականորեն ընտրված 11%-ը՝ հարցվածների ժողովրդագրական բնութագրերը և հարցվողի դիրքորոշումներին վերաբերող երկու պատահականորեն ընտրված հարցերին տրված պատասխանները: Ստուգումը հավաստել է հավաքագրված տվյալների համապատասխանությունը որակի պահանջներին:
- *TNS opinion*-ը բազմակողմանիորեն ստուգել է տվյալների շտեմարանը՝ տրամաբանական անհամապատասխանությունների, ոչ ադեկվատ պատասխանների, պատահական սխալների և անվավեր տեղեկությունների հայտնաբերման նպատակով: Ստուգման արդյունքում արձանագրվել է դրական գնահատական՝ ոչ մի հարցազրույց չի խոտանվել:

TNS opinion

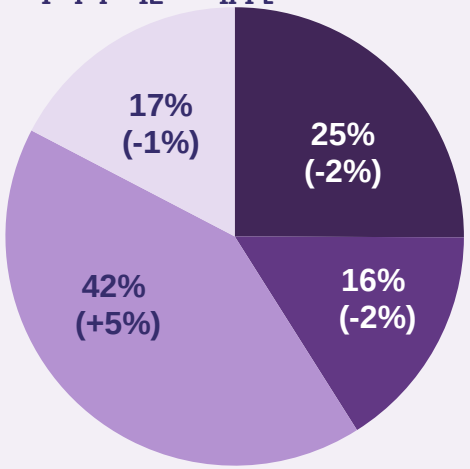
EuFoA European Friends of Armenia

2. Հասարակության քաղաքական հետաքրքրվածությունը և տեղեկացվածությունը

Ինչպես և քարոզարշավի մեկնարկից առաջ՝ Հայաստանում սոցիալ-քաղաքական հարցերի նկատմամբ հետաքրքրվածությունը մնում է շատ բարձր: Հետաքրքրությունն աճում է կրթամակարդակին և տարիքին զուգահեռ: Այն հատկապես բարձր է 70 և ավելի տարիքային խմբում:

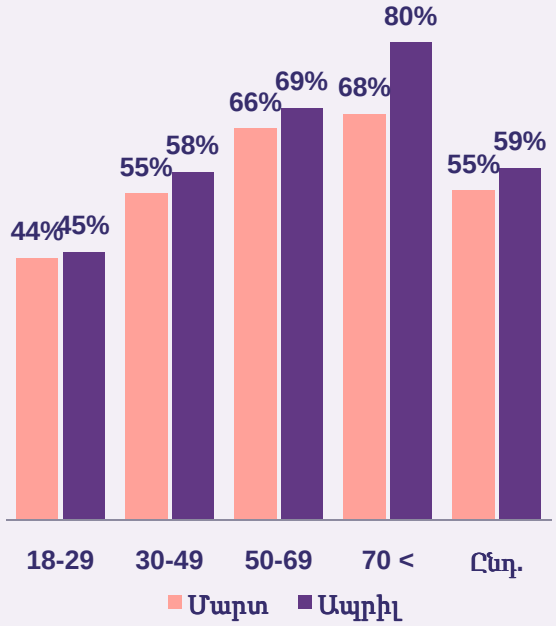
Q1. Ասացեք, խնդրեմ ,որքանո՞վ եք հետաքրքրված ՀՀ սոցիալ-քաղաքական հարցերով:

Քաղաքականությամբ հետաքրքրվածության մակարդակը, Ապրիլ

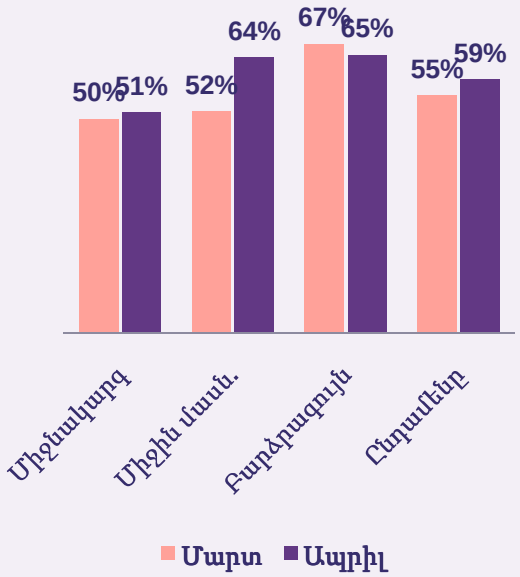


(Փակագծերում տրված է ցուցանիշի փոփոխությունը 2012թ. ապրիլին՝ մարտի համեմատ)

Քաղաքականությամբ հետաքրքրվածության մակարդակն ըստ տարիքի («լիովին» կամ «ավելի շուտ» հետաքրքրված են)



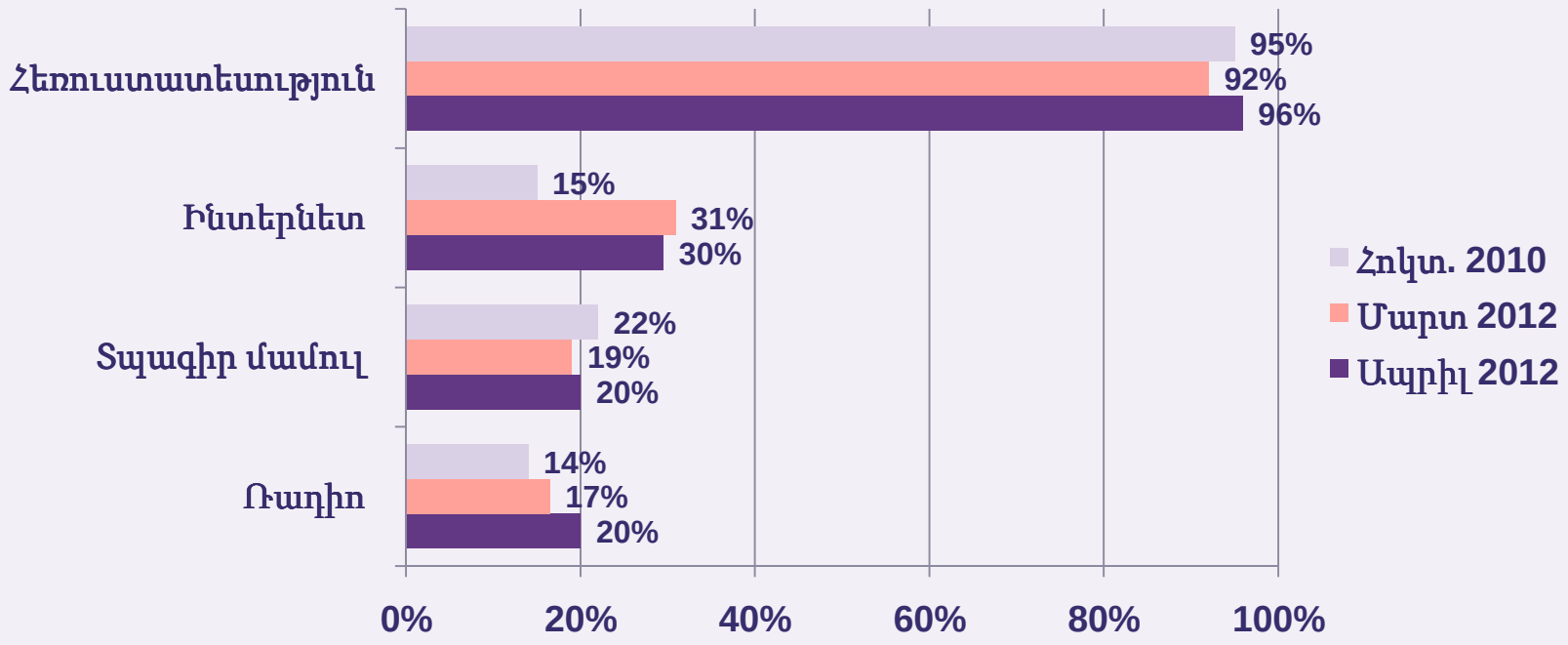
Քաղաքականությամբ հետաքրքրվածության մակարդակն ըստ կրթության («լիովին» կամ «ավելի շուտ» հետաքրքրված են)



Ապրիլյան հետազոտությունը հաստատում է մարտին ստացված այն արդյունքը, որ Հայաստանում հեռուստատեսությունը քաղաքական տեղեկատվության ստացման հիմնական, իսկ ինտերնետը՝ ամենարագ տարածվող աղբյուրն է:

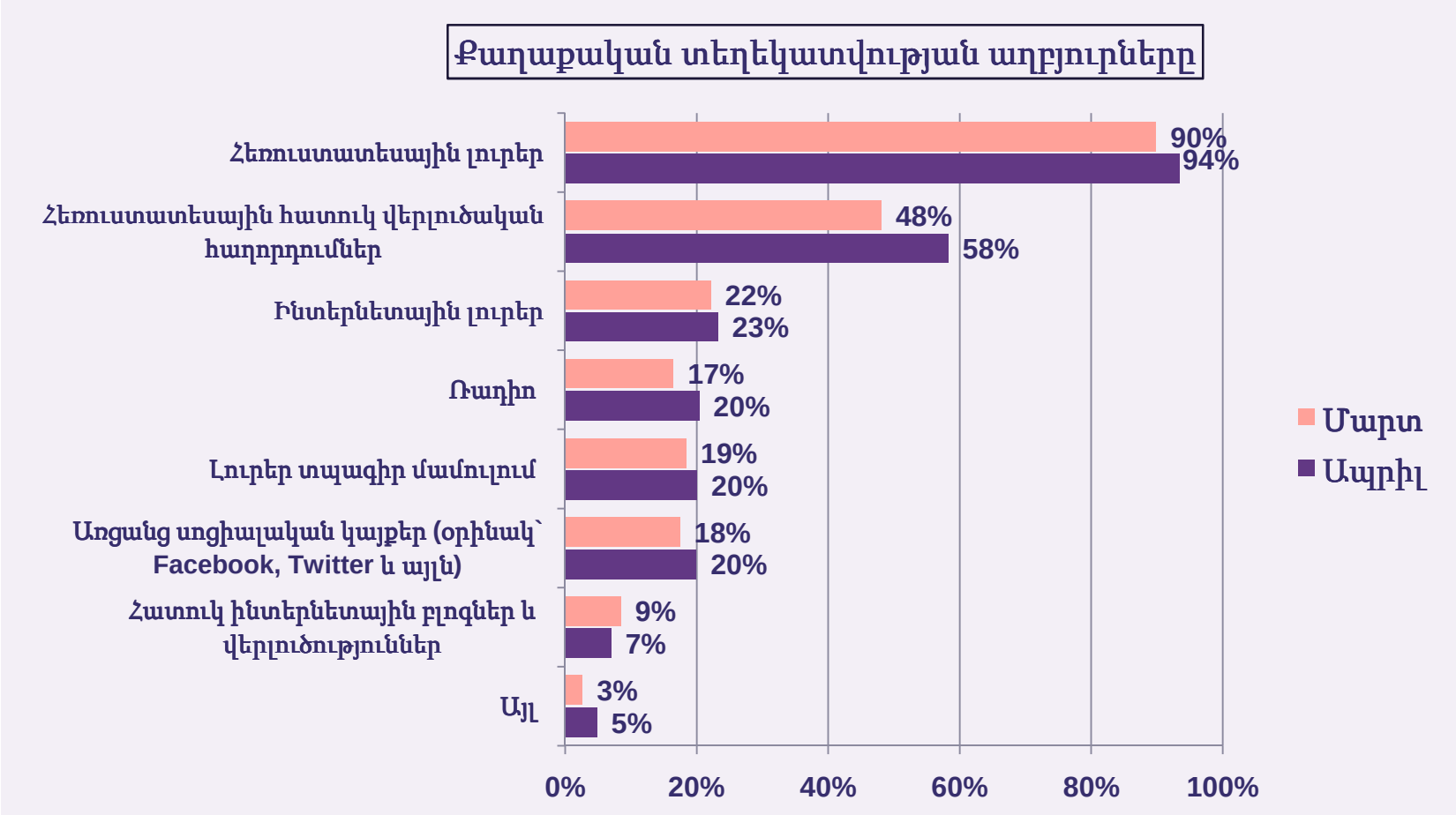
Q2. Ասացեք խնդրեմ, ինչպե՞ս եք տեղեկանում Հայաստանի սոցիալ-քաղաքական իրադարձությունների մասին:

Քաղաքական տեղեկատվության աղբյուրները, հոկտ. 2010թ., մարտ 2012թ. և ապրիլ 2012թ.



Քարոզարշավի ընթացքում աճել է մասնագիտացված վերլուծական հեռուստահաղորդումների դերը:

Q2. Ասացեք խնդրեմ, ինչպե՞ս եք տեղեկանում Հայաստանի սոցիալ-քաղաքական իրադարձությունների մասին:

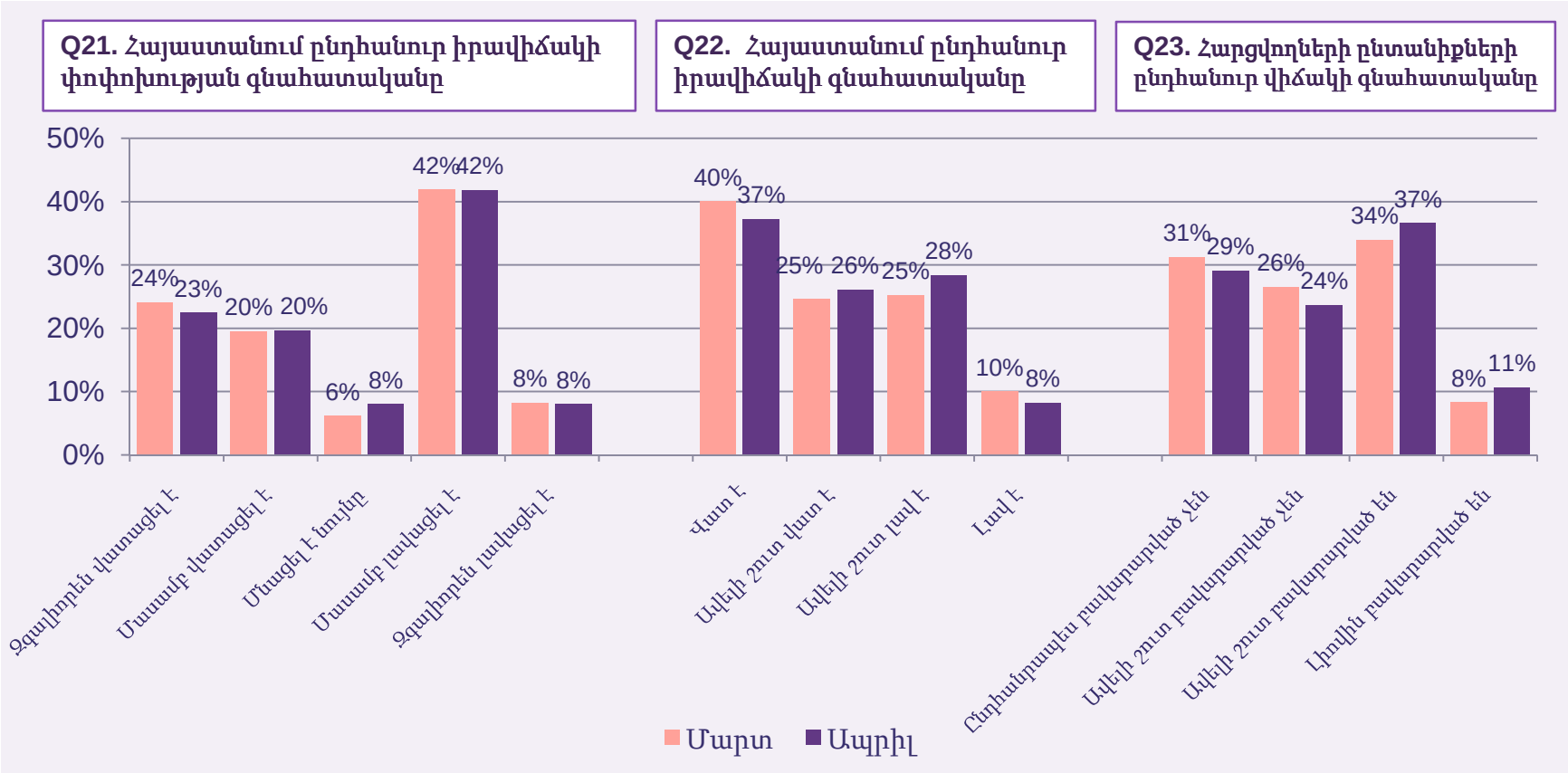


Ապրիլյան հետազոտությունը վերահաստատել է մարտի հետազոտության այն արդյունքը, որ մարդիկ հակված են երկրի ընդհանուր սոցիալ-տնտեսական վիճակը գնահատել նվազ բարենպաստ, քան իրենց ընտանիքինը:

Q21. Համեմատելով 5 տարի առաջվա հետ՝ Ձեր կարծիքով՝ Հայաստանում ընդհանուր իրավիճակը ...

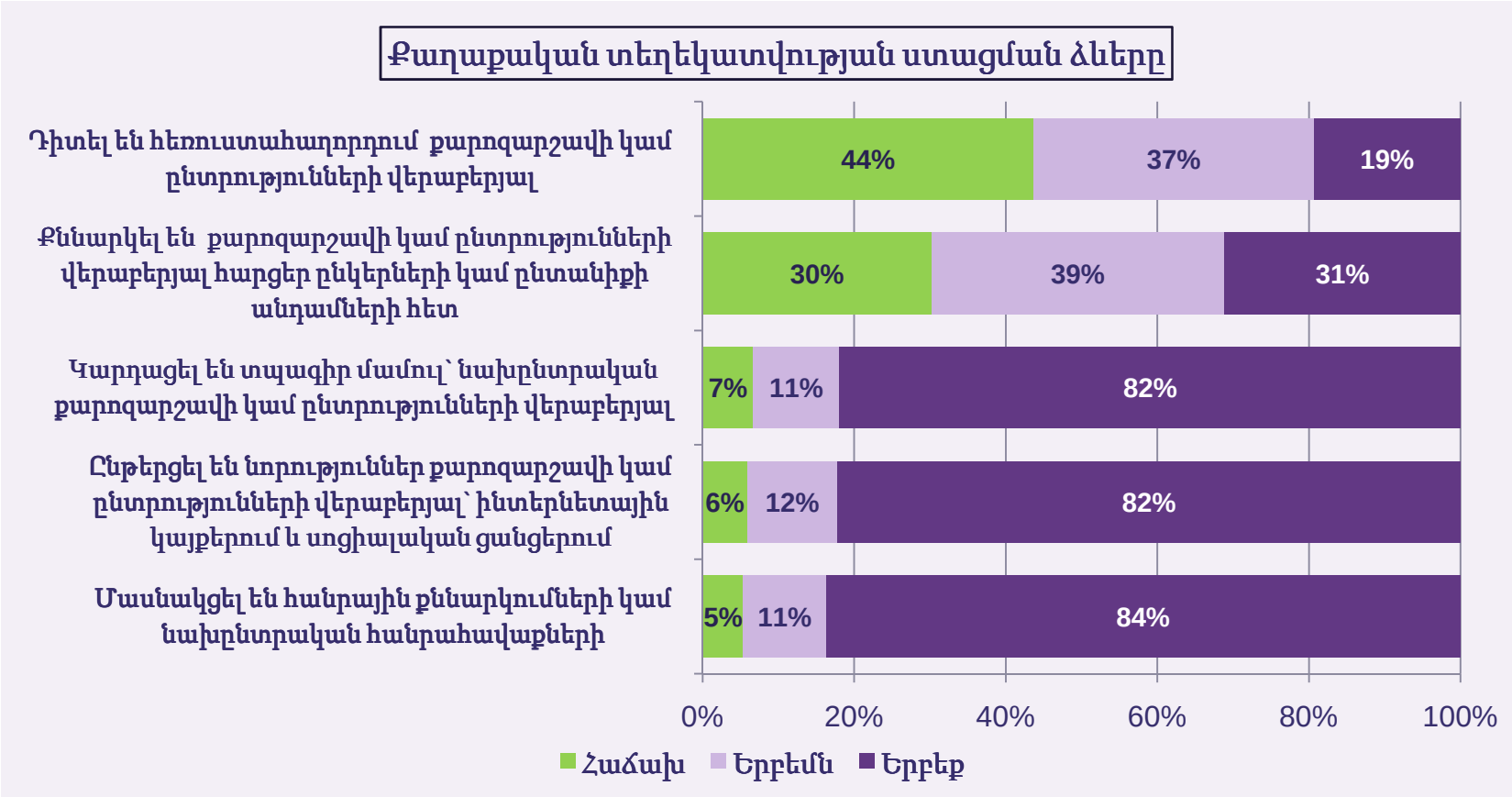
Q22. Հաշվի առնելով մեր երկրի ընդհանուր վիճակը, ի՞նչ եք կարծում, Հայաստանում կյանքն ընդհանուր առմամբ...

Q23. Իսկ, որքանո՞վ եք բավարարված Ձեր ընտանիքի ներկայիս ընդհանուր վիճակով:



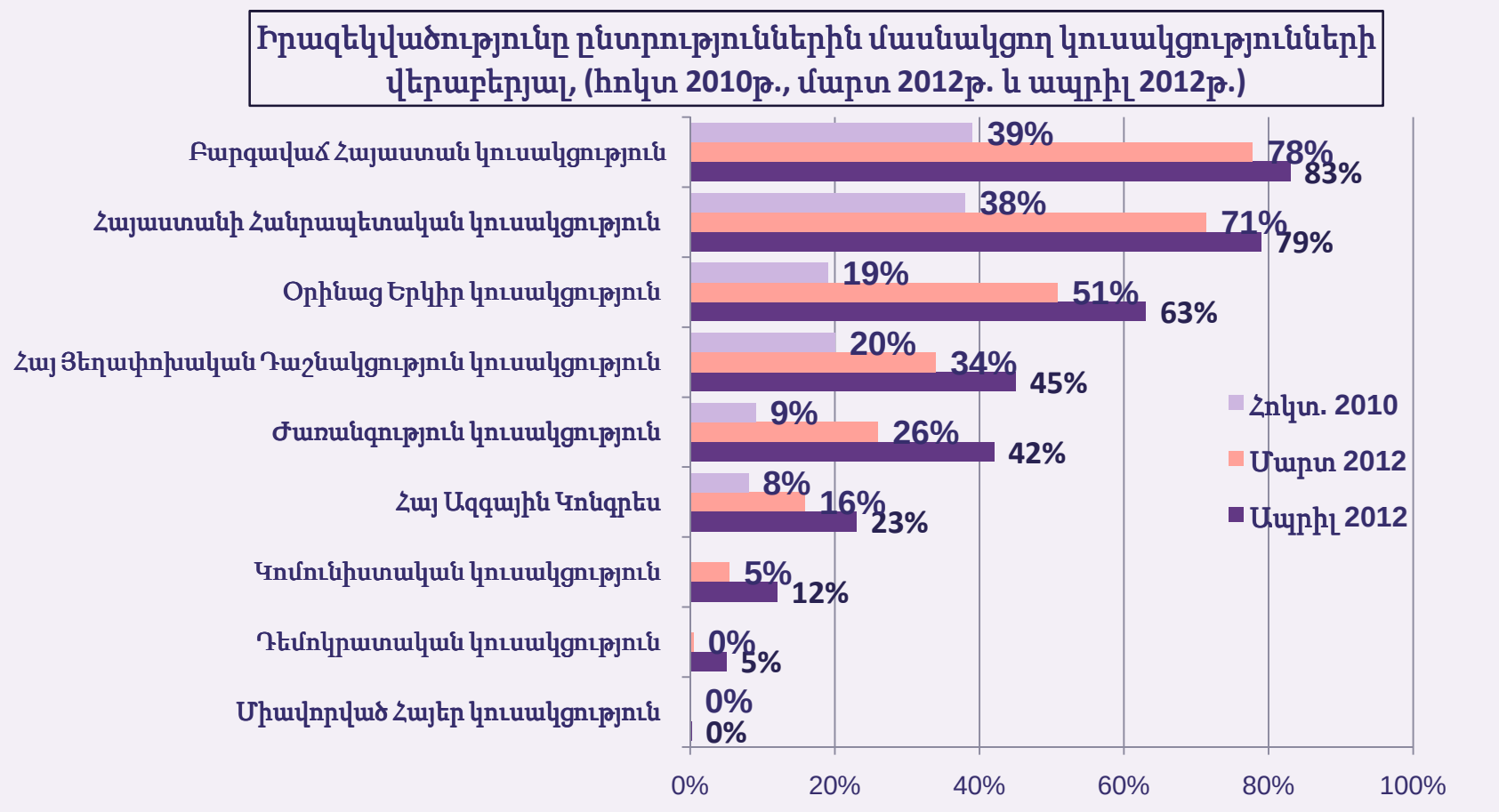
Հինգ հարցվողներից մեկն է քաղաքական տեղեկատվություն փնտրում տպագիր մամուլում, ինտերնետում կամ քաղաքական հանրահավաքներում: Մյուս կողմից, նրանց երկու երրորդից ավելին քաղաքականությանն առընչվող հարցեր է քննարկում ընկերների և ընտանիքի անդամների հետ:

Q3. Ինչպես գիտեք նախընտրական քարոզարշավն արդեն իսկ սկսվել է: Ասացեք խնդրեմ, որքա՞ն հաճախ եք իրականացրել հետևյալ գործողությունները վերջին 1 ամսվա ընթացքում:



Կուսակցությունների վերաբերյալ տեղեկացվածությունը քարոզարշավի ընթացքում աճել է, հատկապես՝ Ժառանգություն կուսակցության վերաբերյալ:

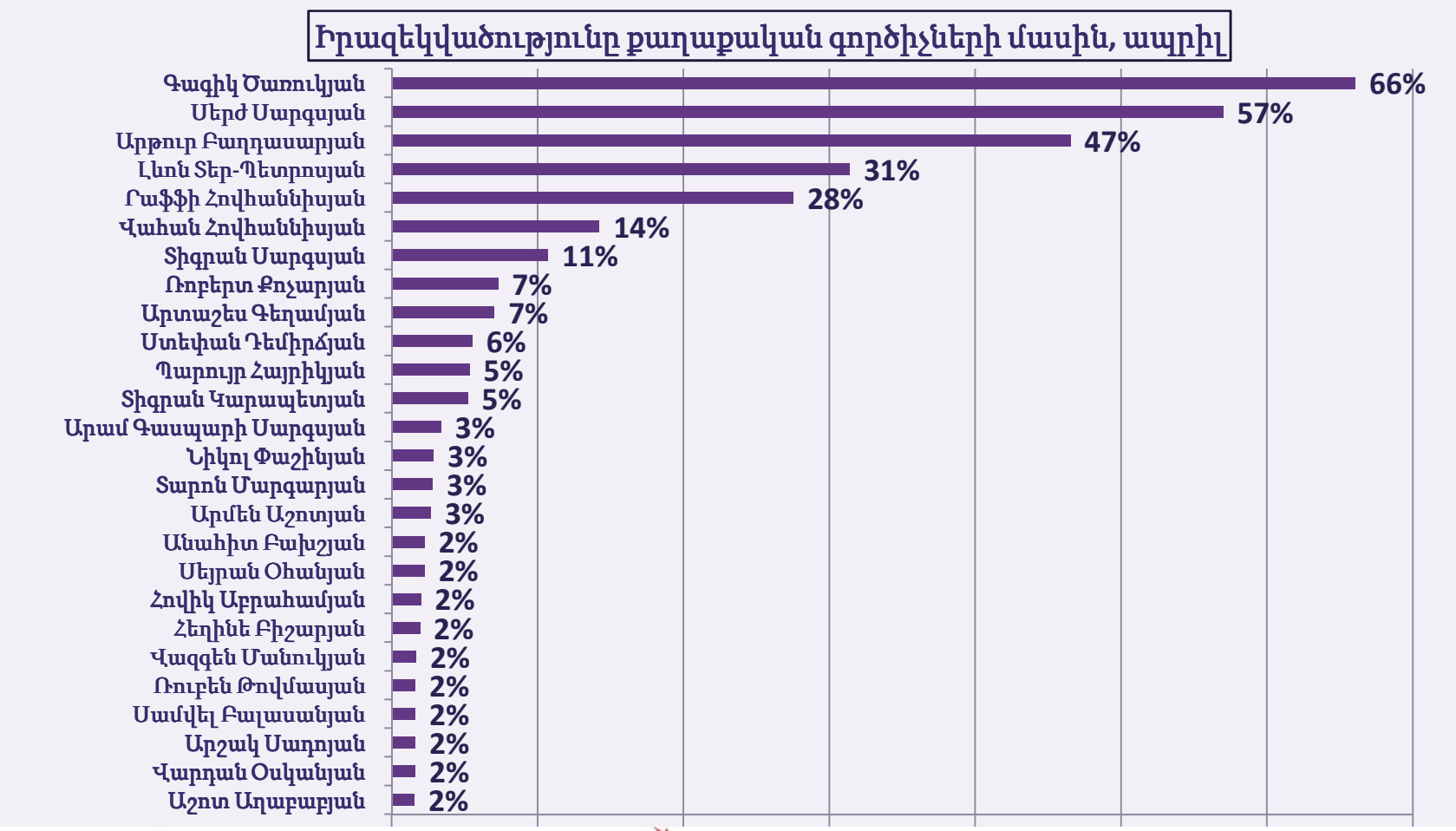
Q5. Նշեք, խնդրեմ, հայաստանյան կուսակցության մինչև 5 անուն, որոնց մասին առավել լավ եք տեղեկացված: *(Բաց հարց՝ առանց հուշման)*



Մարդիկ առավելապես տեղեկացված են Գ. Ծառուկյանի, Ս. Սարգսյանի և Ա. Բաղդասարյանի մասին: Ընդդիմադիր քաղաքական գործիչներից Ռ. Հովհաննիսյանի և Լ. Տեր-Պետրոսյանի ցուցանիշները բավական մոտ են միմյանց:

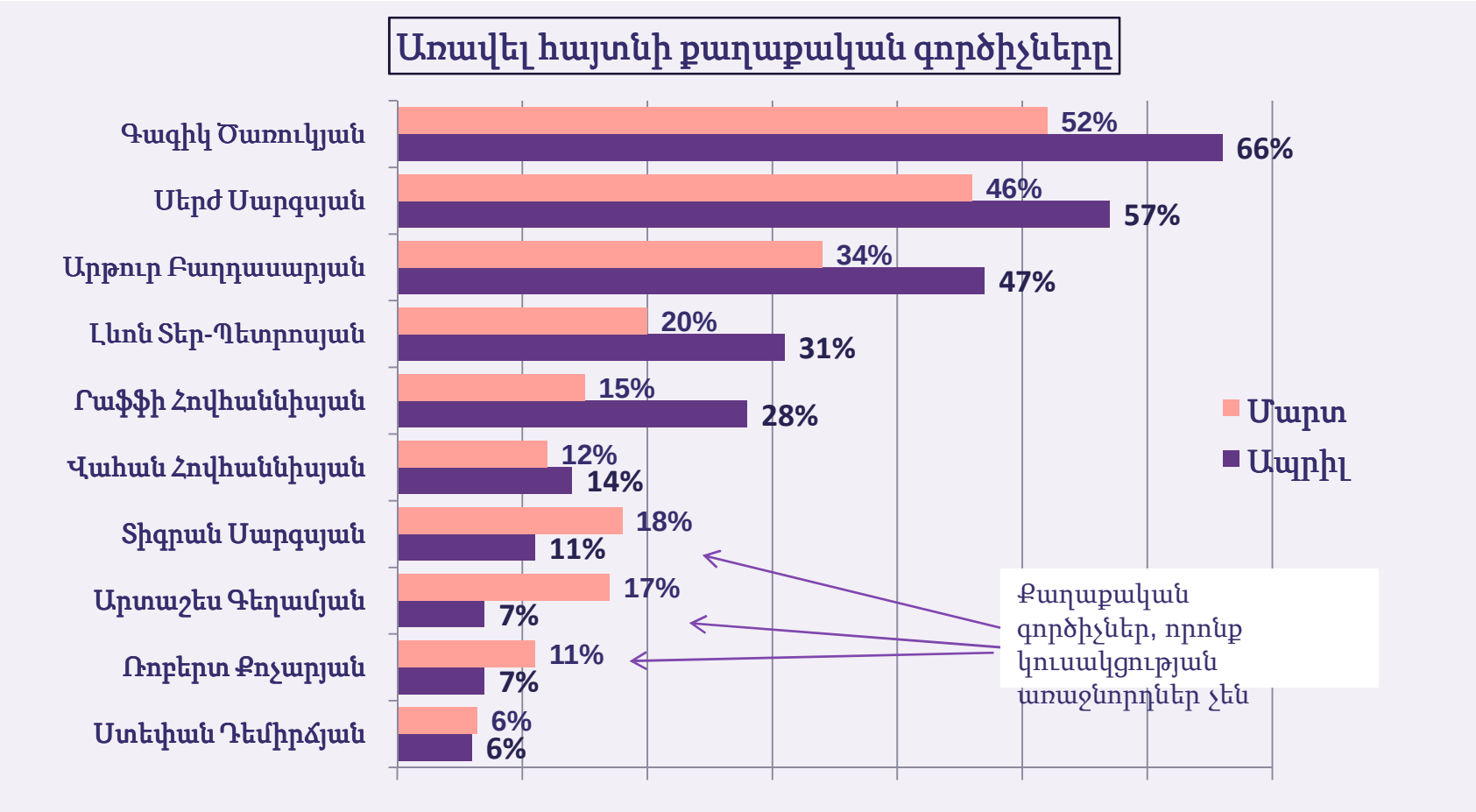
Գծապատկերում ներկայացված են հարցվողների կողմից նշված 209 քաղաքական գործիչներից նրանք, որոնք հիշատակվել են բոլոր պատասխանների առնվազն 2% -ում:

Q4. Նշեք, խնդրեմ, հայաստանյան հայտնի քաղաքական գործիչների մինչև 5 անուն, որոնց մասին առավել լավ եք տեղեկացված: *(Բաց հարց՝ առանց հուշման)*



Հատկանշական է, որ քարոզարշավի ընթացքում աճել է տեղեկացվածությունը քաղաքական կուսակցությունների առաջնորդների վերաբերյալ, իսկ այլ քաղաքական գործիչների վերաբերյալ՝ նվազել է:

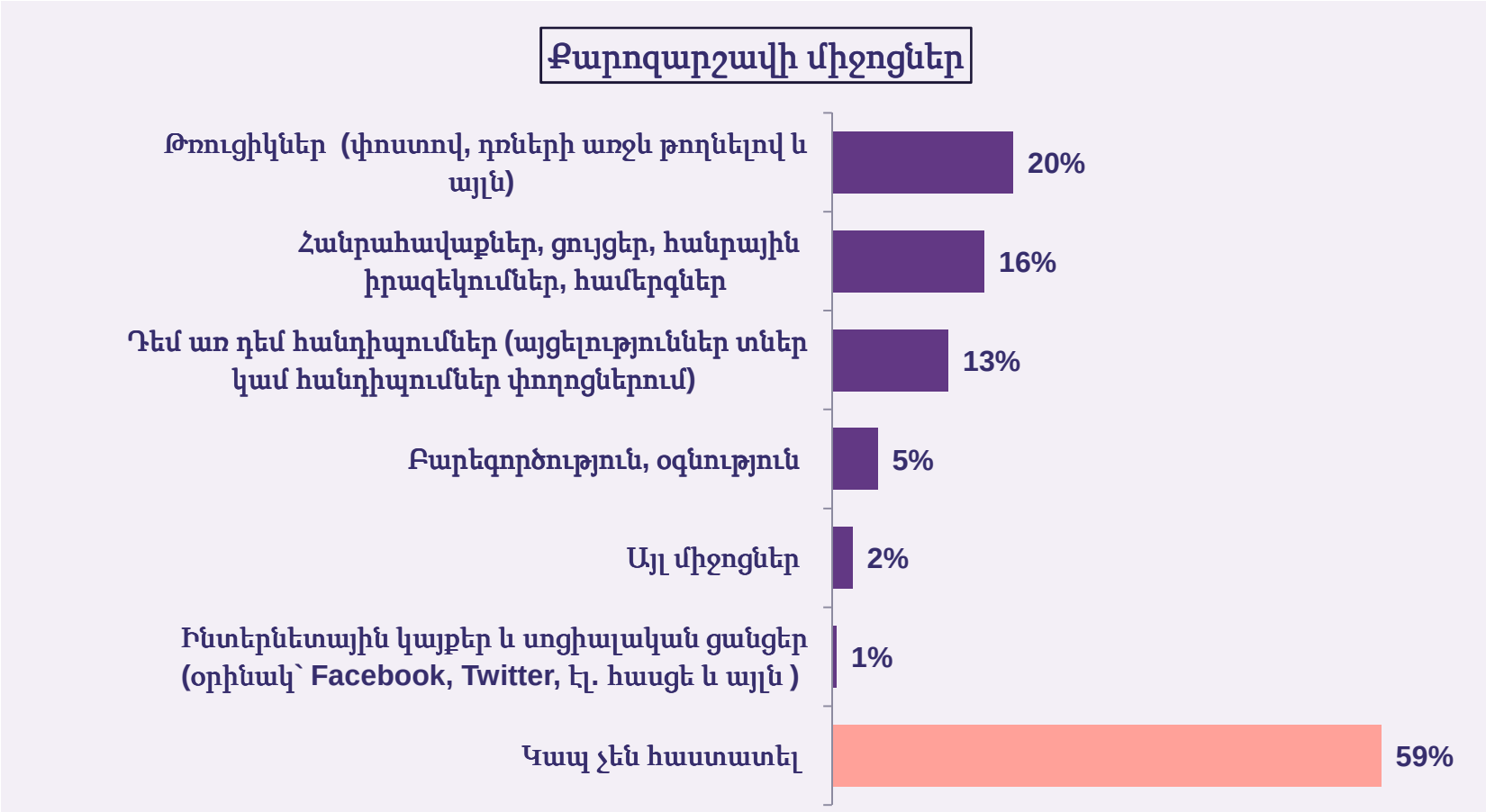
Q4. Նշեք, խնդրեմ, հայաստանյան հայտնի քաղաքական գործիչների մինչև 5 անուն, որոնց մասին առավել լավ եք տեղեկացված: *(Բաց հարց՝ առանց հուշման)*



3. Նախընտրական քարոզարշավ

Չնայած ինտերնետն արդեն քաղաքական տեղեկատվության ստացման երկրորդ հիմնական աղբյուրն է, որն օգտագործվում է հարցվողների գրեթե մեկ երրորդի կողմից, սակայն իրենց քարոզարշավներում քաղաքական կուսակցությունները այդ միջոցը գրեթե չեն օգտագործում:

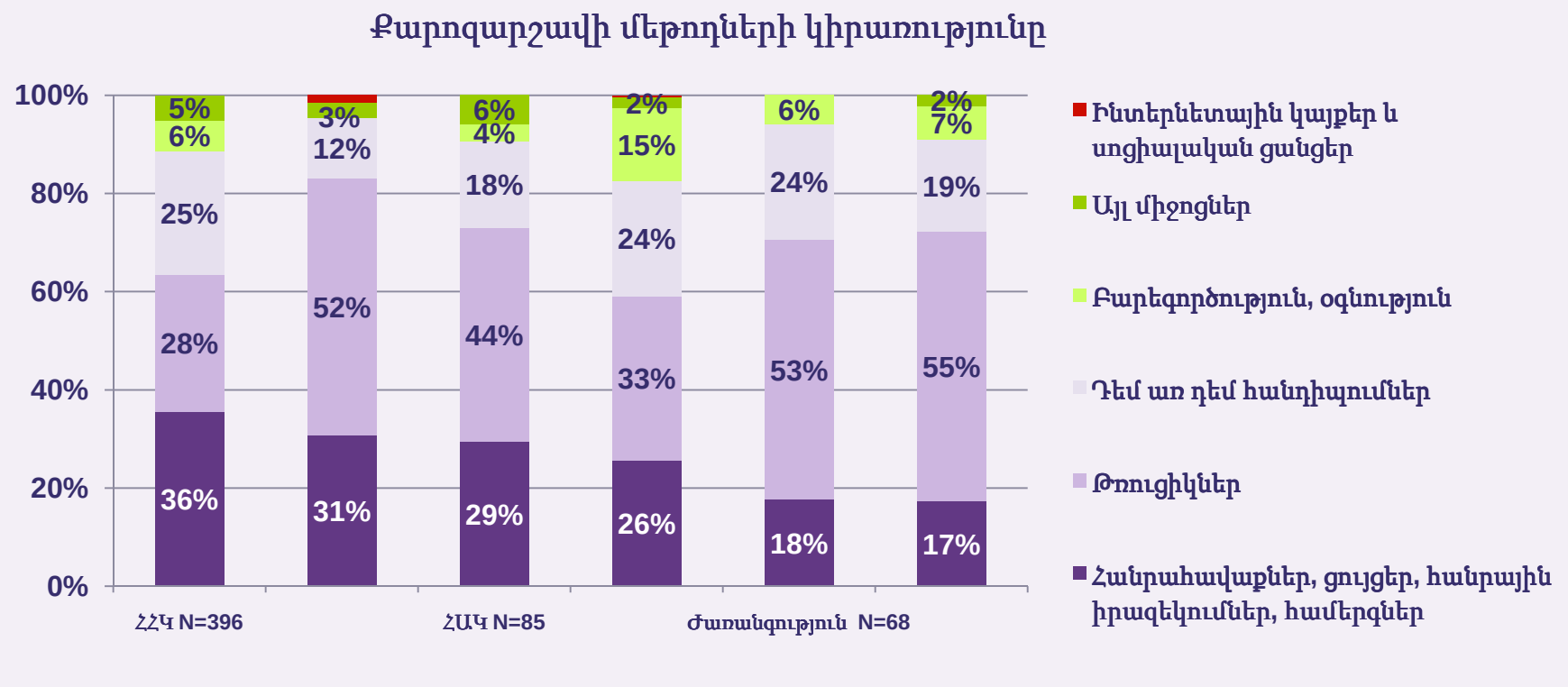
Q16. Ասացեք, խնդրեմ, արդյո՞ք թեկնածուների կամ կուսակցությունների ներկայացուցիչները կապ հաստատել են Ձեզ հետ հետևյալ միջոցներով:



Կուսակցությունների քարոզարշավային ռազմավարությունները տարբերվում են: Հանրապետական կուսակցությունը ավելի շատ հանրահավաքներ է կազմակերպում, իսկ Օրինաց Երկիրը, Ժառանգությունը և Հայ Յեղափոխական Դաշնակցությունը իրենց թիրախային խմբի կեսից ավելիի հետ կապ են հաստատում թռուցիկների միջոցով:

Q16. Ասացեք, խնդրեմ, արդյո՞ք թեկնածուների կամ կուսակցությունների ներկայացուցիչները կապ հաստատել են Ձեզ հետ հետևյալ միջոցներով:

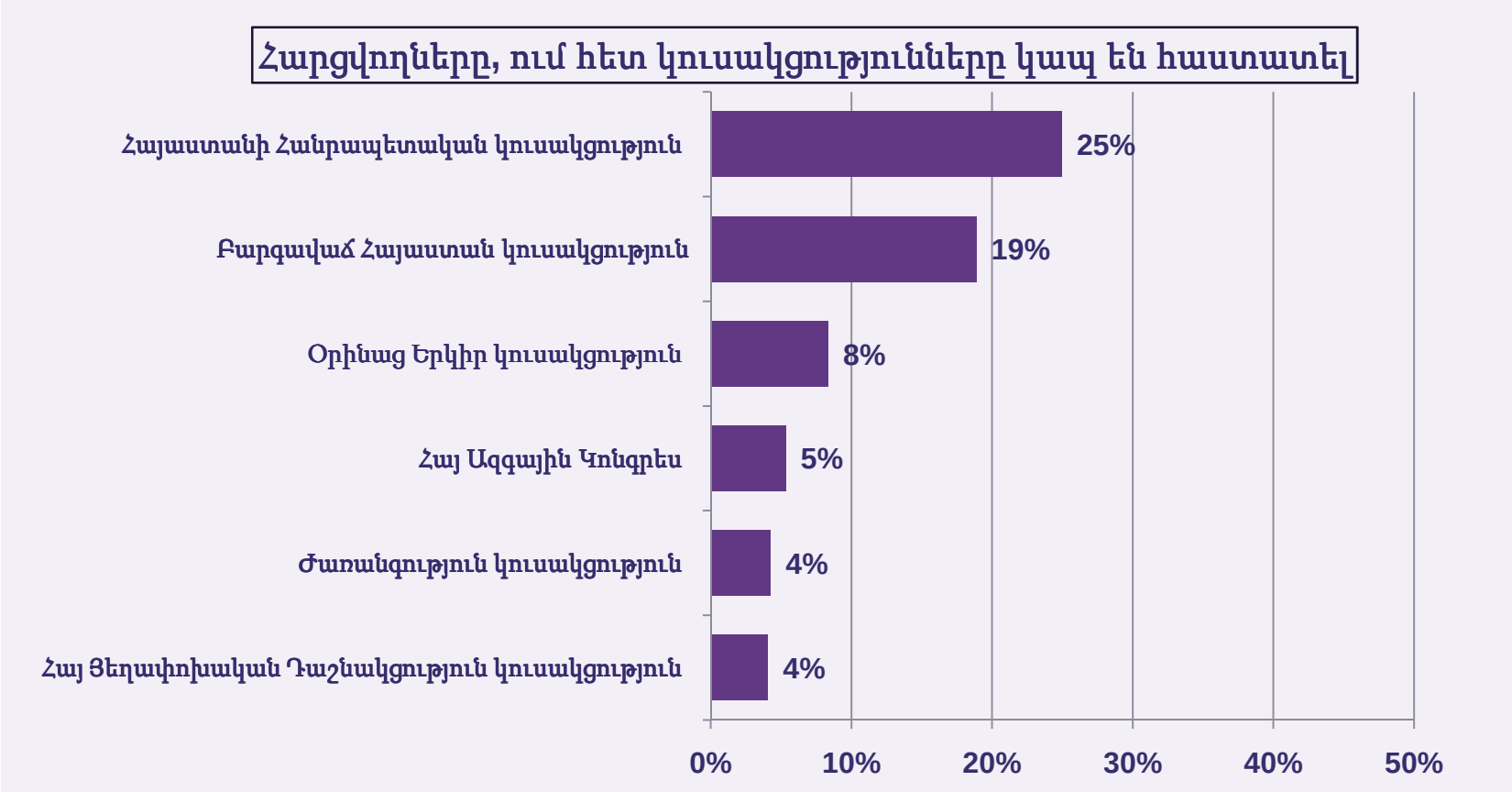
Q17. Ո՞ր կուսակցությունների ներկայացուցիչներն են կապ հաստատել Ձեզ հետ:
(Կուսակցության անունները կարդացվել են հայոց այբբենական կարգով):



Առավել ակտիվ քարոզարշավներ են վարում իշխող երեք կուսակցությունները:

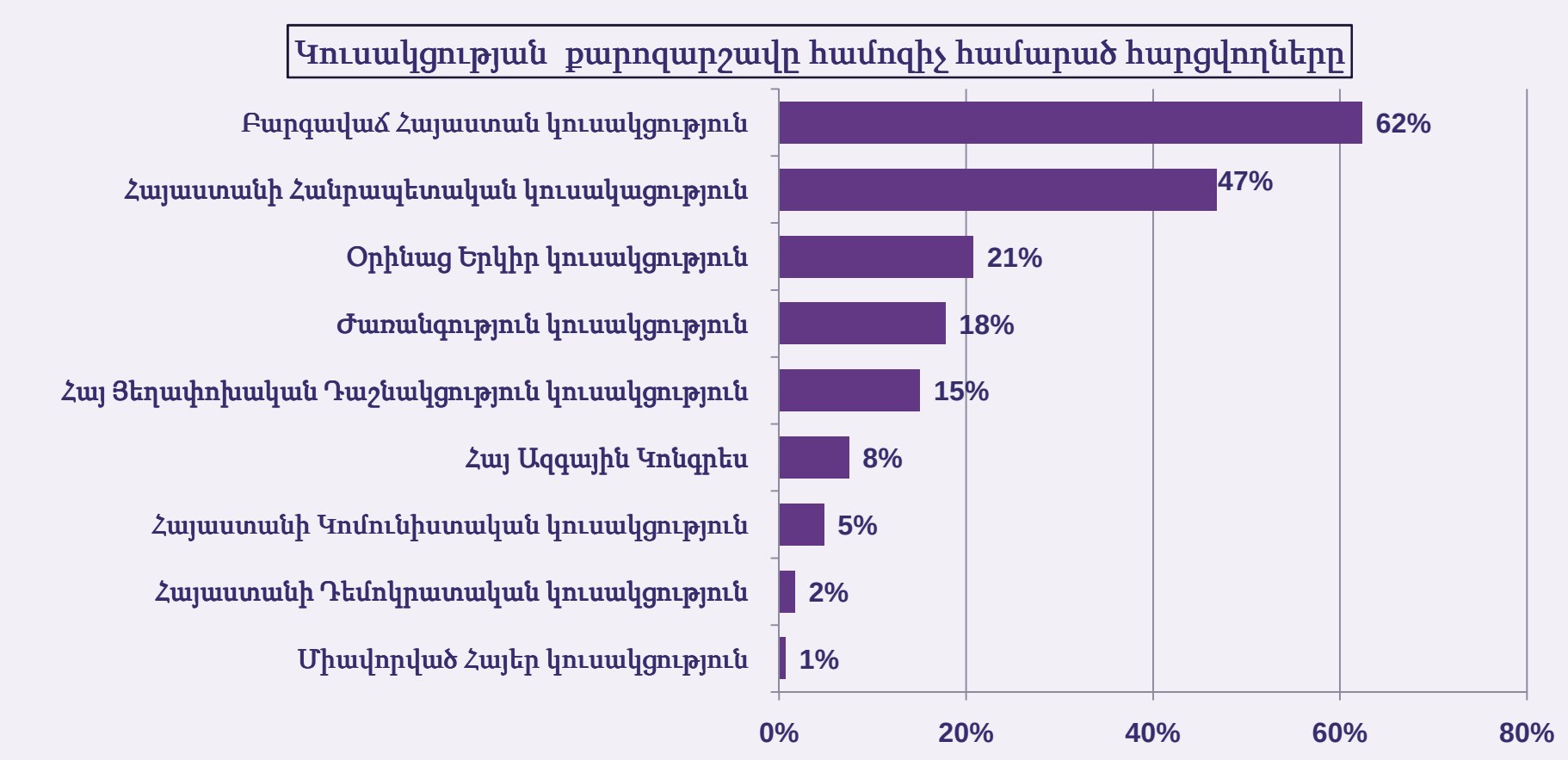
Q16. Ասացեք, խնդրեմ, արդյո՞ք թեկնածուների կամ կուսակցությունների ներկայացուցիչները կապ հաստատել են Ձեզ հետ հետևյալ միջոցներով:

Q17. Ո՞ր կուսակցությունների ներկայացուցիչներն են կապ հաստատել Ձեզ հետ:
(Կուսակցության անունները կարդացվել են հայերեն այբբենական կարգով):



Չնայած քարոզարշավի ընթացքում ՀՀԿ-ն նշանակալիորեն բարելավել է իր դիրքերը, այնուամենայնիվ մարդկանց ընկալումներում ԲՀԿ-ի քարոզարշավն ավելի համոզիչ է:
(Հարկ է նշել, որ ասվածից չի բխում, որ քարոզարշավը անհատապես համոզել է հարցվողներին):

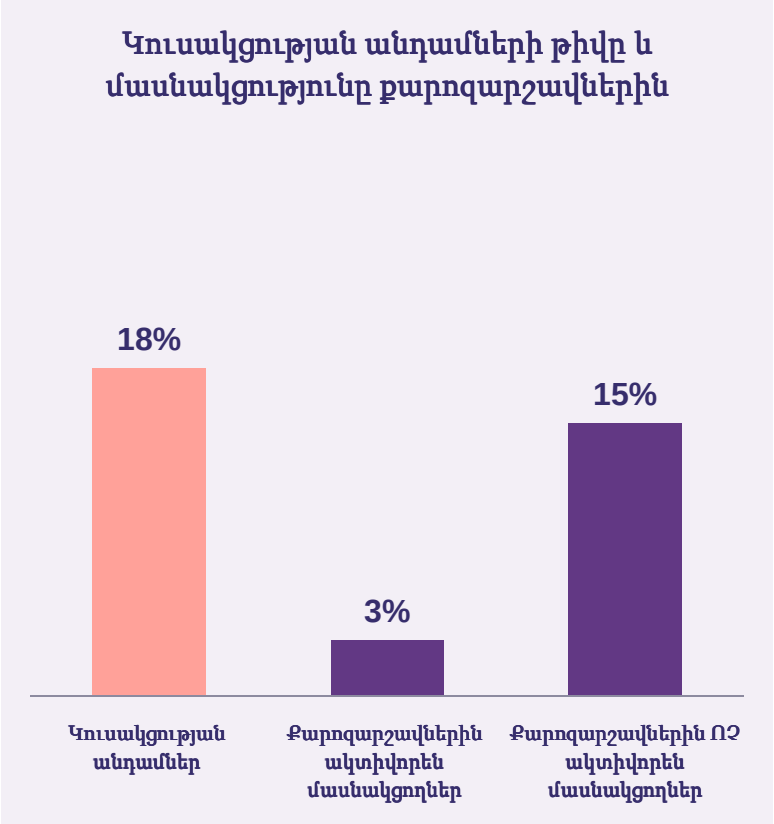
Q18. Ասացեք, խնդրեմ, ըստ Ձեզ, ո՞ր կուսակցությունների նախընտրական քարոզարշավներն են համոզիչ Հայաստանում:
(Կարող են նշել մինչև 3 կուսակցության անուն):

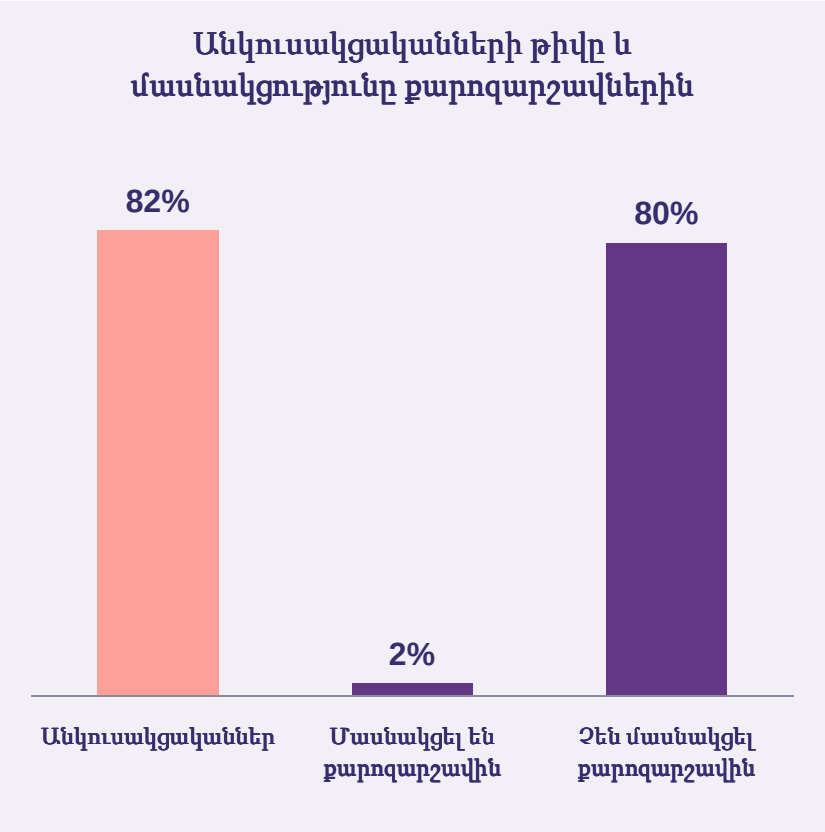


Կուսակցականների մեծ մասը քարոզարշավում պասիվ է: Քարոզարշավին որևէ կերպ աջակցել է ոչ կուսակցականների 2% -ը:

Q20.1. Դուք որևէ կուսակցության անդամ ե՞ք (կարևոր չէ, թե որ):

Q20.2. 2012թ. –ի ընթացքում աջակցել եք արդյո՞ք որևէ կուսակցության կամ քաղաքական ուժի աշխատանքներին՝ թռուցիկների տարածում, ստորագրահավաք և այլն:





TNS opinion

EuFoA European Friends of Armenia

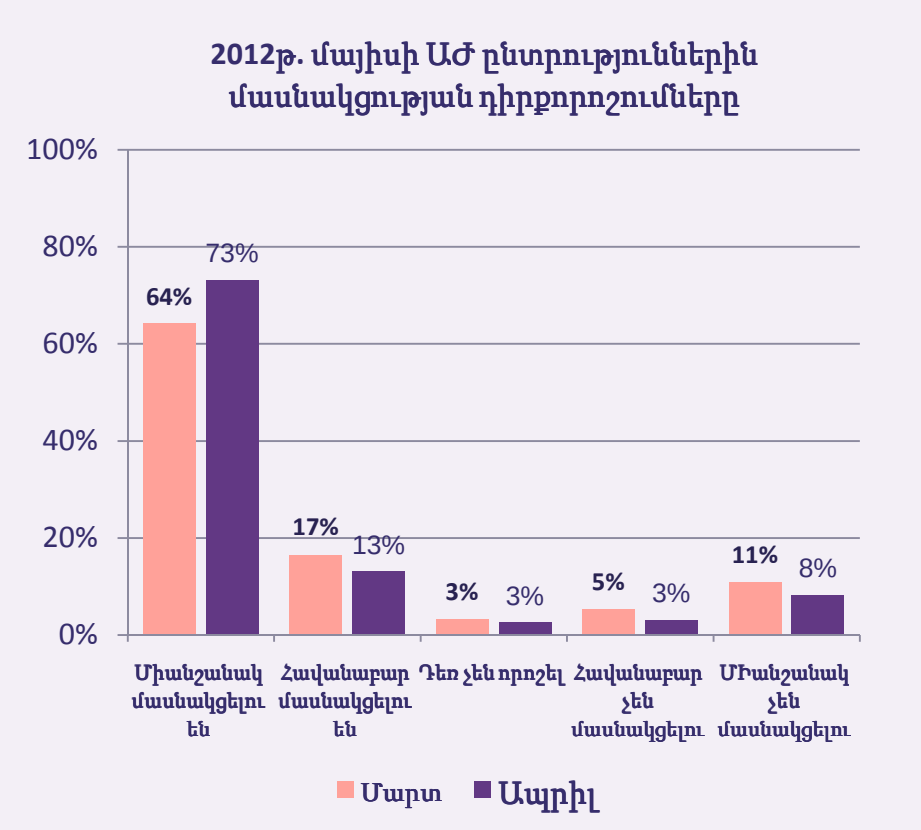
Քարոզարշավը չի փոխել քաղաքականության և Հայաստանի քաղաքական համակարգի վերաբերյալ ընդհանուր դիրքորոշումները

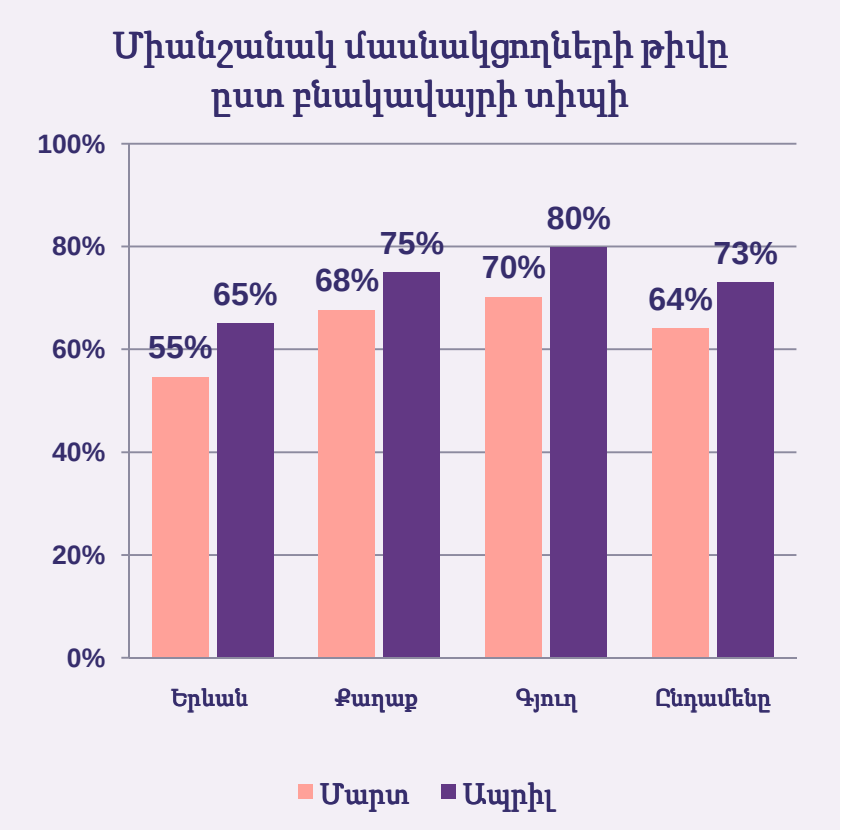
Q19. Այժմ ես կկարդամ տարբեր դատողություններ քաղաքական կյանքի վերաբերյալ, իսկ Դուք 1-4 բալանոց սանդղակով գնահատեք, թե որքանով եք համաձայն դրանց հետ, որտեղ 1 նշանակում է ընդհանրապես համաձայն չեք, 2 ավելի շուտ համաձայն չեք, 3 ավելի շուտ համաձայն եք, և 4 լիովին համաձայն եք:

4. Հասարակության ընտրական մասնակցությունը և կուսակցական նախապատվությունները

Քարոզարշավի ընթացքում աճել է ընտրություններին միանշանակորեն մասնակցելու դիրքորոշումը:

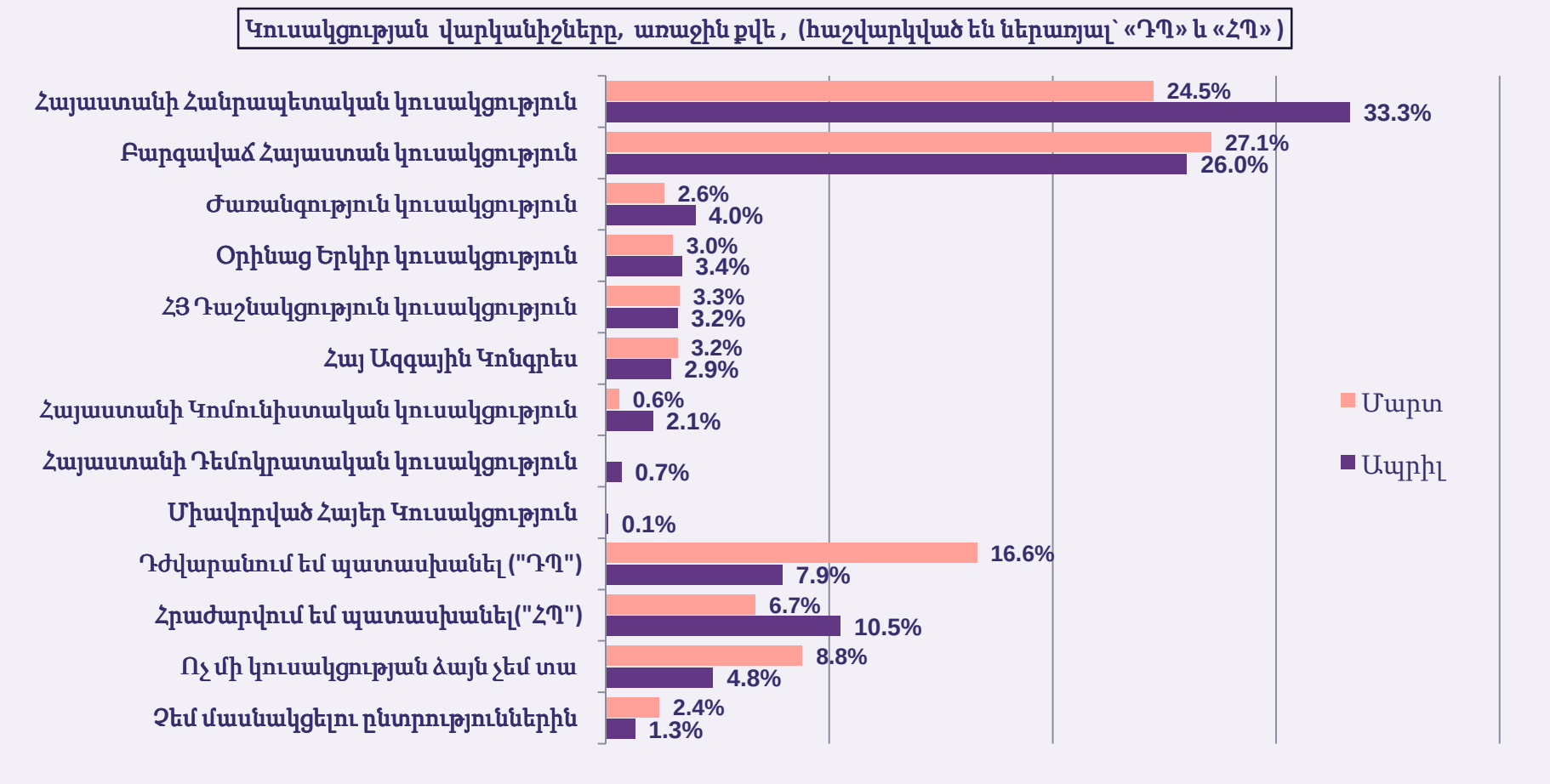
Q6. Հավանաբար գիտեք, որ այս տարվա մայիսի 6-ին Հայաստանում տեղի են ունենալու Ազգային Ժողովի ընտրություններ: Այդ ընտրություններին Դուք միանշանակ մասնակցելու եք, հավանաբար մասնակցելու եք, հավանաբար չեք մասնակցելու, միանշանակ չեք մասնակցելու:
(« Դեռ չեք որոշել» տարբերակը չի կարդացվել):





Ըստ սկզբնական տվյալների՝ կուսակցությունների մեծ մասի ընտրազանգվածների էական փոփոխություն չեն կրել:
ԲՀԿ-ի ընտրազանգվածի նվազումը վիճակագրորեն նշանակալի չէ: Սակայն էականորեն աճել են ՀՀԿ և Ժառանգության ընտրազանգվածները:

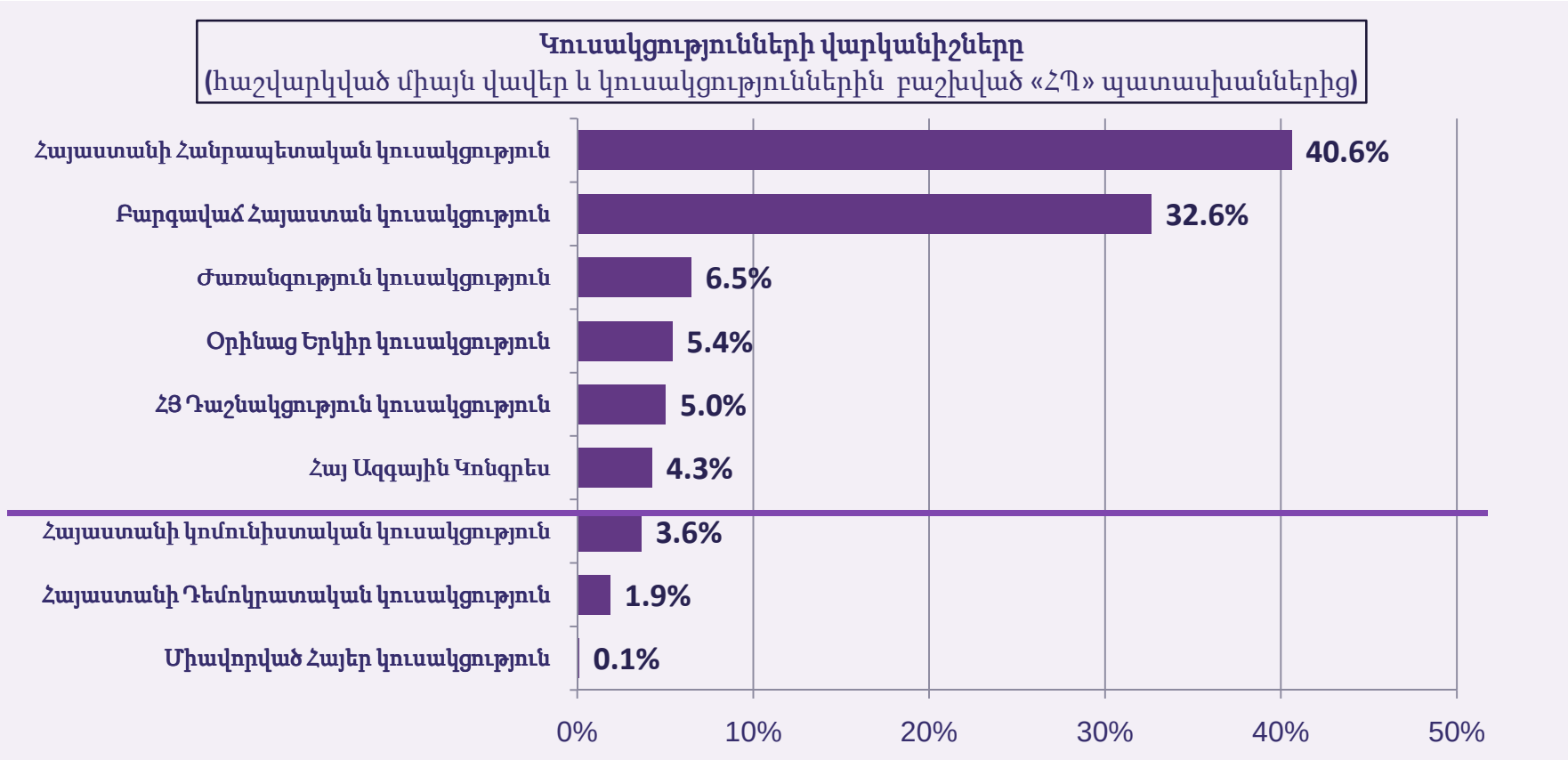
Q7. **Իսկ եթե Ազգային Ժողովի ընտրությունները լինեին այս կիրակի, ապա Դուք ո՞ր կուսակցությանը կտայիք Ձեր ձայնը:**
(Բաց հարց՝ մարտին իրականացված հարցման ժամանակ և ընտրությունների համար գրանցված կուսակցությունների ցանկի հուշում՝ ապրիլին իրականացված հարցման ժամանակ)



TNS opinion

Բազմակողմանիորեն վերլուծելով «հրաժարվում եմ պատասխանել» [թե ում օգտին է քվեարկելու հարցվողը] տարբերակը նշած հարցվողների բնութագրերը, գնահատվել է յուրաքանչյուր կուսակցության վարկանիշը՝ հաշվարկված որևէ կուսակցություն նշած և «հրաժարվում եմ պատասխանել» տարբերակը նշած հարցվողների ընդհանուր քանակից:
Այս դեպքում ԲՀԿ-ն զիջում է ՀՀԿ-ին 8 տոկոսային կետով, իսկ 4 փոքր կուսակցությունները պահպանում են ԱԺ անցնելու հնարավորությունը:

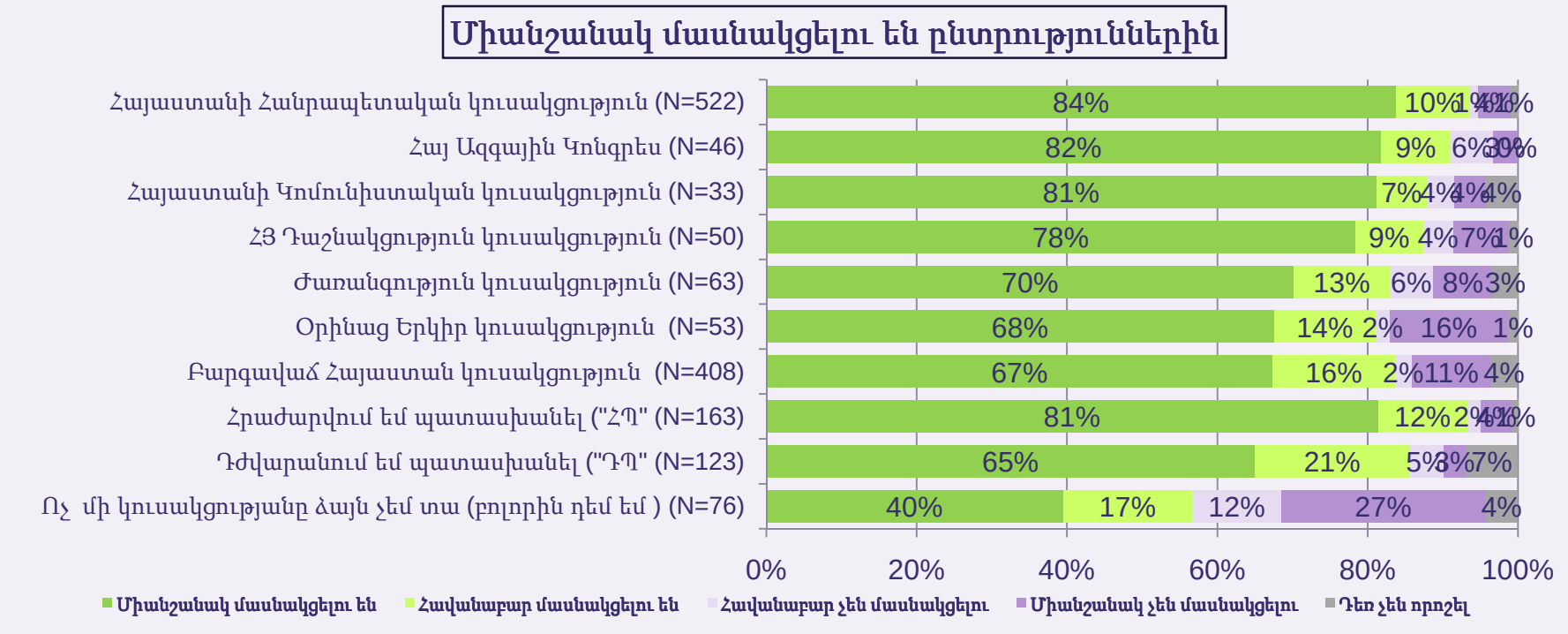
Q7. **Իսկ եթե Ազգային Ժողովի ընտրությունները լինեին այս կիրակի, ապա Դուք ո՞ր կուսակցությանը կտայիք Ձեր ձայնը:**
(Ընտրությունների համար գրանցված կուսակցությունների ցանկի հուշում՝ ապրիլին իրականացված հարցման ժամանակ)



ՀՀԿ-ի և ՀԱԿ-ի ընտրազանգվածներն ավելի են հակված «միանշանակ» մասնակցելու ընտրություններին: Հատկանշական է, որ ընտրություններին «միանշանակ» մասնակցելու դիրքորոշումը շատ բարձր է նաև նրանց մոտ, ովքեր «հրաժարվել են պատասխանել» իրենց կուսակցական նախընտրության վերաբերյալ:

Q7. **Իսկ եթե Ազգային Ժողովի ընտրությունները լինեին այս կիրակի, ապա Դուք ո՞ր կուսակցությանը կտայիք Ձեր ձայնը:**
(Ընտրությունների համար գրանցված կուսակցությունների ցանկի հուշում ապրիլին իրականացված հարցման ժամանակ)

Q6. **Հավանաբար գիտեք, որ այս տարվա մայիսի 6-ին Հայաստանում տեղի են ունենալու Ազգային Ժողովի ընտրություններ: Այդ ընտրություններին Դուք միանշանակ մասնակցելու եք, հավանաբար մասնակցելու եք, հավանաբար չեք մասնակցելու, միանշանակ չեք մասնակցելու:**
(«Դեռ չեք որոշել» տարբերակը չի կարդացվել):

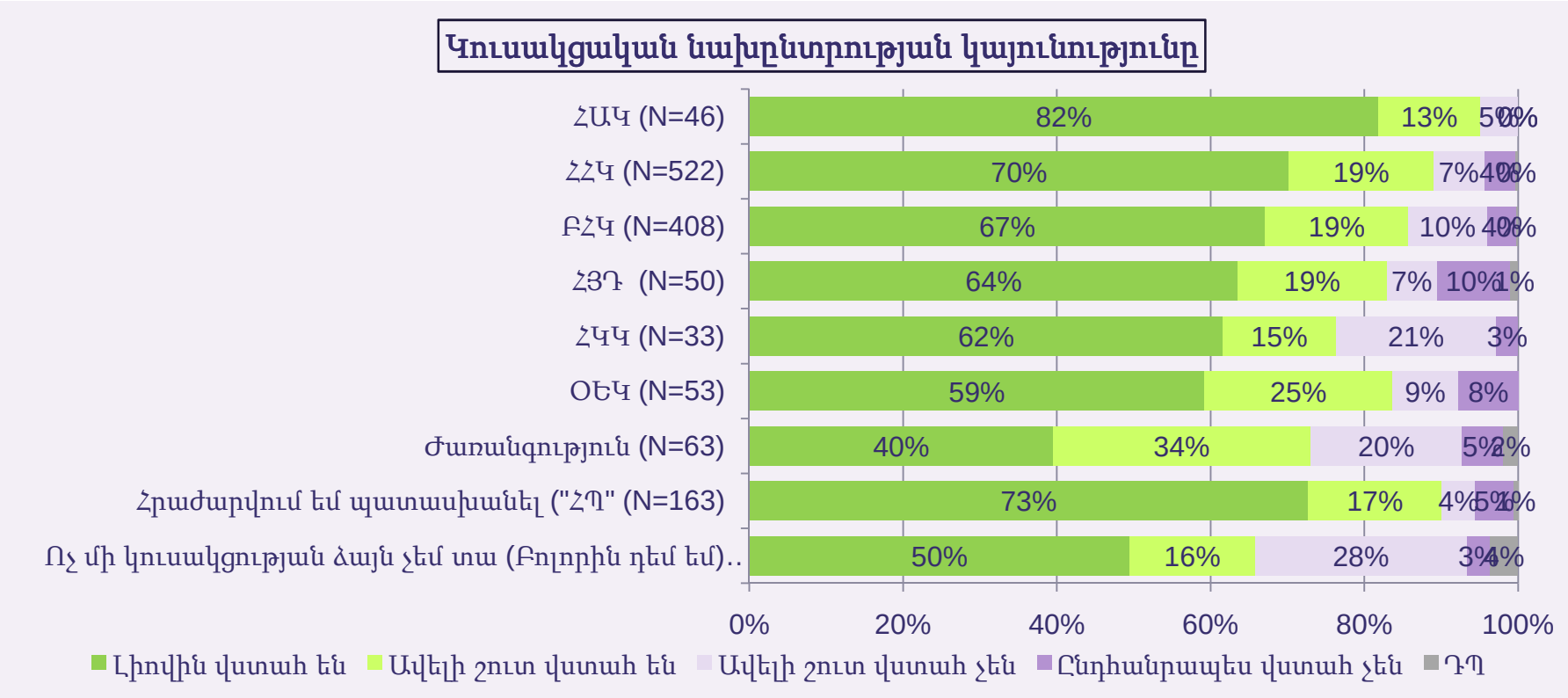


TNS opinion

Իրենց որոշման մեջ առավել կայուն են մի կողմից՝ ՀԱԿ-ի և ՀՀԿ-ի ընտրազանգվածները, իսկ մյուս կողմից՝ նրանք, ովքեր հրաժարվել են բացահայտել իրենց կուսակցական նախընտրությունը:

Q7. **Իսկ եթե Ազգային Ժողովի ընտրությունները լինեին այս կիրակի, ապա Դուք ո՞ր կուսակցությանը կտայիք Ձեր ձայնը:**
(Ընտրությունների համար գրանցված կուսակցությունների ցանկի հուշում՝ ապրիլին իրականացված հարցման ժամանակ)

Q8. **Որքանո՞վ եք վստահ, որ Ձեր որոշումը վերջնական է:**



ԲՀԿ –ի օգտին քվեարկելու հիմնական դրդապատճառն է այդ կուսակցության բարեգործական գործունեությունը, իսկ ՀՅԴ և ՀԿԿ դեպքում՝ նրանց նախընտրական ծրագրերը:

Q7. **Իսկ եթե Ազգային Ժողովի ընտրությունները լինեին այս կիրակի, ապա Դուք ո՞ր կուսակցությանը կտայիք Ձեր ձայնը:**
(Ընտրությունների համար գրանցված կուսակցությունների ցանկի հուշում՝ ապրիլին իրականացված հարցման ժամանակ)

Q9. **Իսկ որո՞նք են այդ կուսակցությանը ձայն տալու հիմնական պատճառները: Կարող եք ընտրել բոլոր այն տարբերակները, որոնք կարևոր եք համարում:**

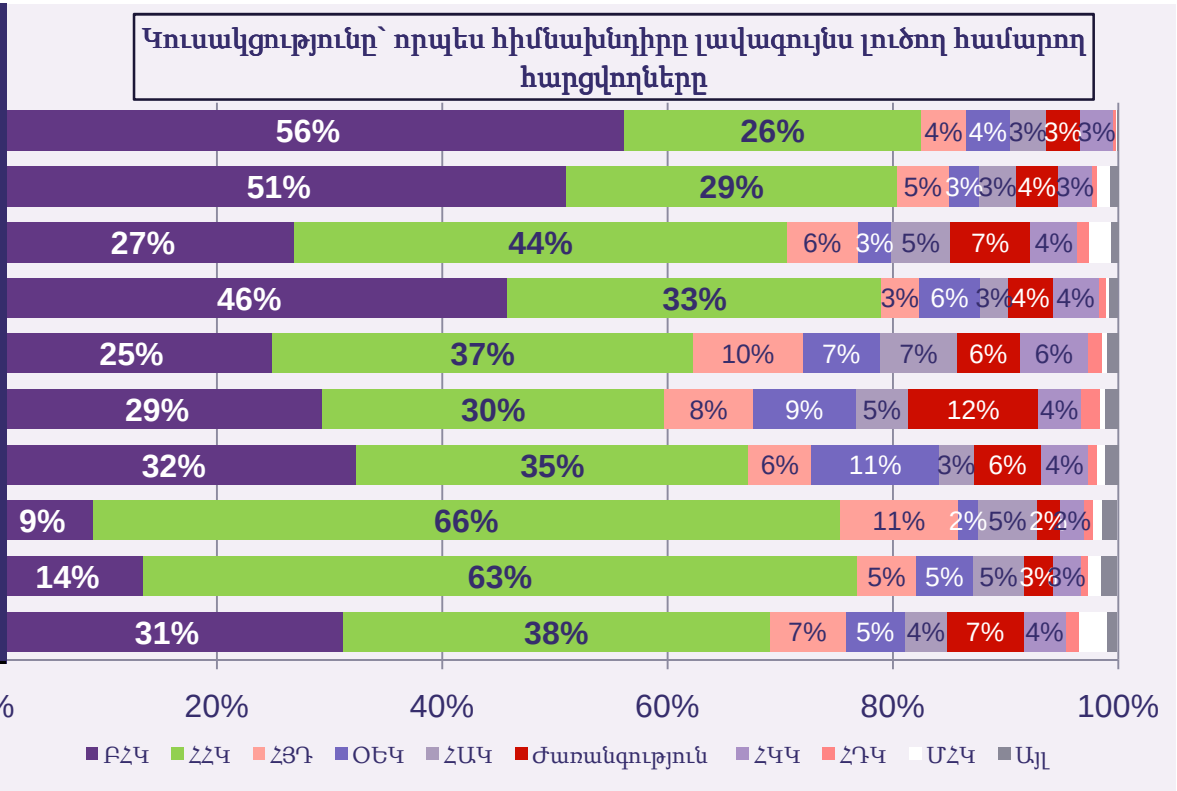
Կուսակցություն	Ինձ դուր է գալիս նրանց քաղաքական ծրագիրը	Վստահում եմ կուսակցության ղեկավարին կամ անդամներին	Նրանք օգնում են մարդկանց իրենց բարեգործությամբ	Ունեմ անձնական կապեր կուսակցության կամ անդամների հետ	N
ՀՀԿ	50%	55%	22%	18%	496
ԲՀԿ	49%	63%	82%	6%	400
Ժառանգություն	56%	74%	30%	4%	61
ՀՅԴ	78%	48%	11%	9%	50
ՕԵԿ	46%	53%	35%	12%	49
ՀԱԿ	48%	43%	5%	8%	44
ՀԿԿ	79%	58%	25%	14%	33

Հարցվողները համարում են, որ ԲՀԿ-ն լավագույնս կարող է լուծել «գործազրկության» և «աղքատության» հիմնախնդիրները, իսկ ՀՀԿ –ն՝ «արտագաղթի», «Ղարաբաղյան հակամարտության» և «երկրի արտաքին անվտանգության» հիմնախնդիրները:

Q24. Այժմ ես կկարդամ մի քանի հիմնախնդիրներ: Նայեք, խնդրեմ, ցուցակին և նշեք Հայաստանի համար ամենակարևոր 3 հիմնախնդիրները:

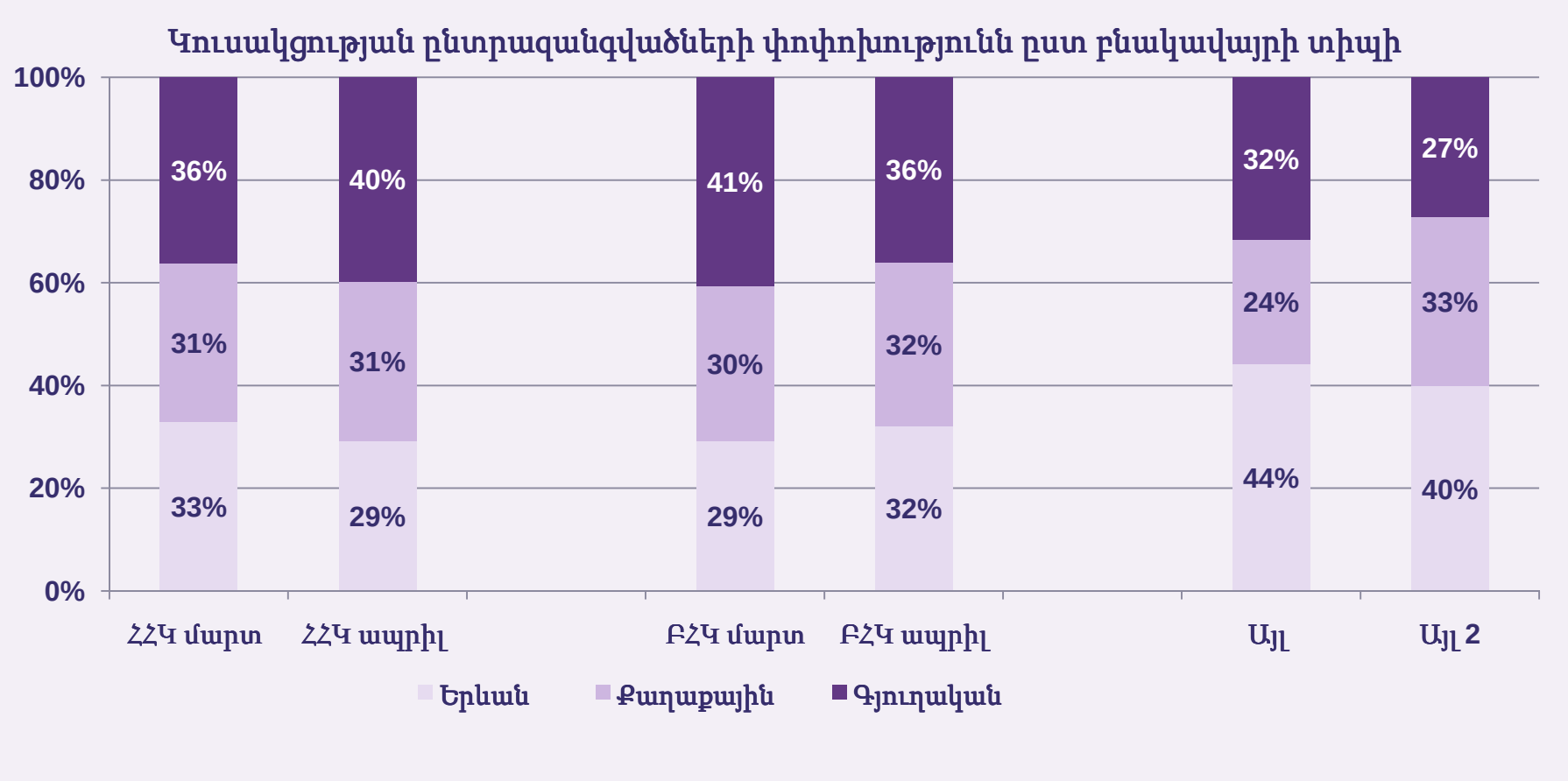
Q25. Իսկ ո՞ր կուսակցությունը կարող է լավագույնս լուծել դրանք:
(Կուսակցության անունները կարդացվել են հայերեն այբբենական կարգով)

Հիմնախնդիրներ	Կարևորություն
Գործազրկություն	76%
Աղքատություն	46%
Արտագաղթ	40%
Առողջապահական համակարգ	36%
Կոռուպցիա	30%
Մարդու իրավունքներ	22%
Կրթական համակարգ	17%
Ղարաբաղյան հակամարտություն	12%
Երկրի արտաքին անվտանգություն	12%
Բնապահպանություն	6%



Քարոզարշավի ընթացքում փոքր կուսակցությունները կարողացել են ավելացնել իրենց ընտրազանգվածը Երևանում, այն դեպքում երբ ԲՀԿ-ն կորցրել է իր գյուղական ընտրազանգվածի մի մասը:

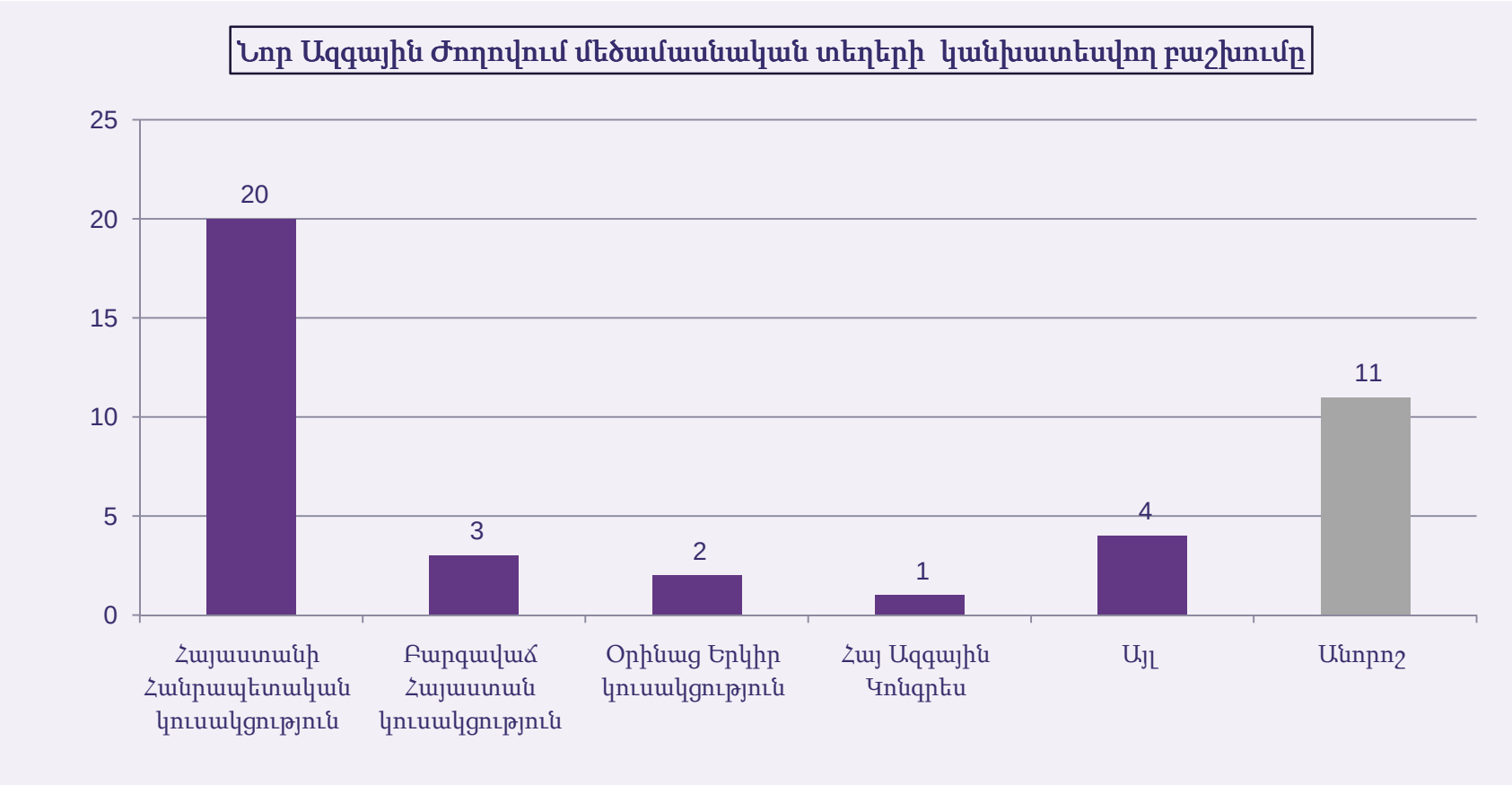
Q7. **Իսկ եթե Ազգային Ժողովի ընտրությունները լինեին այս կիրակի, ապա Դուք ո՞ր կուսակցությանը կտայիք Ձեր ձայնը:**
(Ընտրությունների համար գրանցված կուսակցությունների ցանկի հուշում՝ ապրիլին իրականացված հարցման ժամանակ), ըստ բնակավայրի



TNS opinion

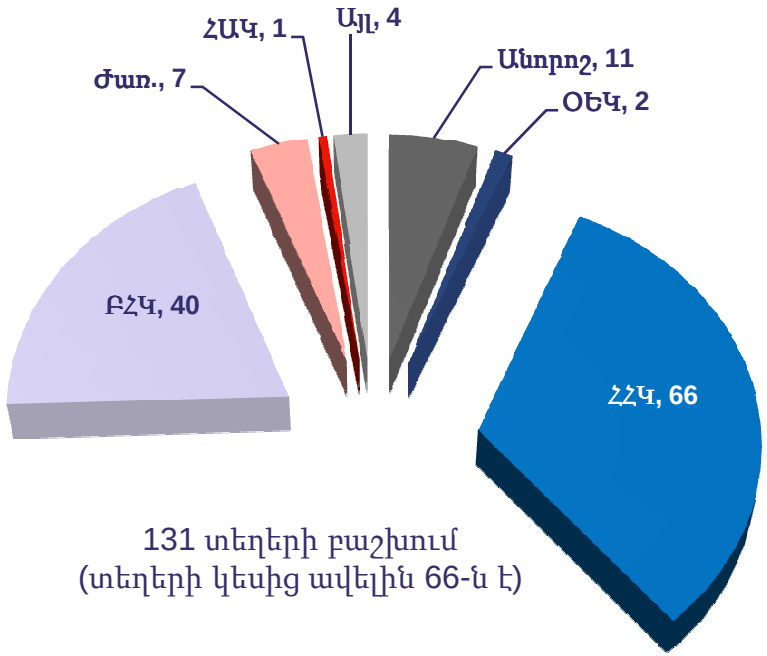
41 մեծամասնական տեղերից 11-ի դեպքում հնարավոր չէ ճշգրիտ կանխատեսել, թե որ կուսակցության ներկայացուցիչը կհաղթի, սակայն մնացած 30 մեծամասնական տեղերից 20-ում մեծ հավանականությամբ կհաղթի ՀՀԿ-ն:

Q12. **Եթե արդեն տեղյակ եք, ասացեք, խնդրեմ, ու՞մ կցանկանայիք ընտրել որպես Ձեր տարածքի մեածամասնական պատգամավոր 2012թ. Մայիսի 6-ին կայանալիք ԱԺ ընտրություններին:**
(Նշել թեկնածուի անունը)



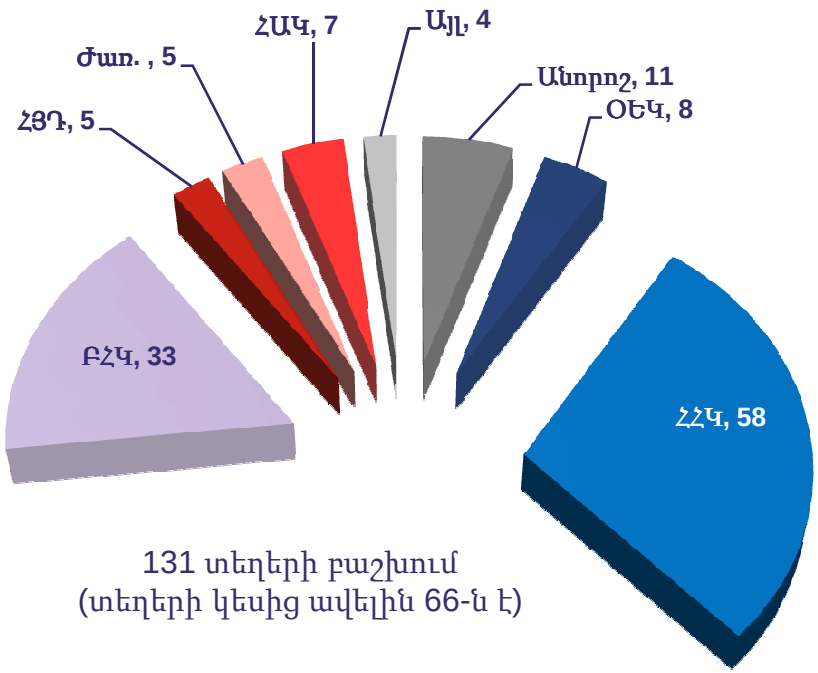
Քանի որ չորս կուսակցություններ շատ մոտ են գտնվում անցողիկ 5% -ի շեմին (ՀԱԿ-ի դեպքում՝ 7%), ներկայացված են 2012թ. ԱԺ-ում տեղերի բաշխման երկու հակադիր և առավել հավանական տարբերակներ:

Q7. **Իսկ եթե Ազգային Ժողովի ընտրությունները լինեին այս կիրակի, ապա Դուք ո՞ր կուսակցությանը կտայիք Ձեր ձայնը:**
(Ընտրությունների համար գրանցված կուսակցությունների ցանկի հուշում՝ ապրիլին իրականացված հարցման ժամանակ)



131 տեղերի բաշխում
(տեղերի կեսից ավելին 66-ն է)

Ազգային Ժողով, 2012թ.
“3 կուսակցություններ հաղթահարում են համամասնական շեմը”



131 տեղերի բաշխում
(տեղերի կեսից ավելին 66-ն է)

Ազգային Ժողով, 2012թ.
“6 կուսակցություններ հաղթահարում են համամասնական շեմը”

TNS opinion

Շնորհակալություն
ուշադրության համար

Poll: Last Assessment of Pre-Electoral Armenia

Հարցում. Հայաստանի նախընտրական իրավիճակի վերջին գնահատումը

© European Friends of Armenia (EuFoA), 2012
© Հայաստանի Եվրոպացի Բարեկամներ (ՀԵԲ), 2012թ.

www.EuFoA.org

Tel/Հեռ.: +32 2 233 11 00
Email/Էլ. փոստ: brussels@eufoa.org