



ივანე ჯავახიშვილის სახელობის
თბილისის სახელმწიფო
უნივერსიტეტის ბრენდის იმიჯისა
და გამოცდილების კვლევა
ტექნიკური ანგარიში

მომზადებულია: ივ. ჯავახიშვილის თბილისის
სახელმწიფო უნივერსიტეტისთვის

სექტემბერი - დეკემბერი, 2011 წ.

თბილისი, საქართველო

შინაარსი

1. მოკლე ანოტაცია.....	4
2. ბრენდის აღქმის კვლევა.....	6
2.1 სტუდენტების კვლევა.....	6
კვლევის მიზნები და ამოცანები.....	6
კვლევის მეთოდოლოგია.....	6
1. თვისებრივი კომპონენტი	6
2. აღწერითი კომპონენტი	8
2.2 თსუ-ს კურსდამთავრებულების კვლევა.....	9
კვლევის მიზნები და ამოცანები.....	9
კვლევის მეთოდოლოგია.....	9
2.3 თსუ-ს პროფესორ-მასწავლებლების კვლევა.....	10
კვლევის მიზნები და ამოცანები.....	10
კვლევის მეთოდოლოგია.....	11
2.4 აბიტურიენტებისა და მშობლების კვლევა.....	11
კვლევის მიზანი და ამოცანები	11
კვლევის მეთოდოლოგია.....	12
1. თვისებრივი კომპონენტი	12
2. რაოდენობრივი კომპონენტი	13
2.5 დამსაქმებელთა კვლევა.....	18
კვლევის მიზანი და ამოცანები	18
კვლევის მეთოდოლოგია.....	19
2.6 საზოგადოებრივი აზრის ლიდერების კვლევა.....	21



კვლევის მიზნები და ამოცანები.....	21
კვლევის მეთოდოლოგია.....	21
2.7 ბრენდის გამოცდილების აუდიტი.....	22
კვლევის მიზანი.....	22
კვლევის მეთოდოლოგია.....	22

1. მოკლე ანოტაცია

მოცემული დოკუმენტი წარმოადგენს „ივ. ჯავახიშვილის სახელობის თბილისის სახელმწიფო უნივერსიტეტის ბრენდის იმიჯისა და გამოცდილების კვლევის“ ტექნიკურ ანგარიშს, რომელიც მომზადებულია თშუ-სთვის, კომპანია ”ეისითი კვლევის“ მიერ.

მოცემული პროექტის ძირითად მიზანს წარმოადგენდა თსუ-ს ბრენდის ამჟამინდელი მდგომარეობის განსაზღვრა. კვლევის კონკრეტული ამოცანები კი შემდეგი იყო:

- უნივერსიტეტზე საზოგადოებრივი აზრის შესწავლა და ამ აზრის ფორმირების გზებისა და მიზეზების ანალიზი;
- საზოგადოების სხვადასხვა სეგმენტის აღქმაში უნივერსიტეტის ბრენდის იმიჯის ანალიზი;
- უმაღლესი განათლების ბაზარზე არსებული ტენდენციების შესწავლა;
- შრომის ბაზრის (დამსაქმებლების) მოთხოვნების შეფასება;
- უნივერსიტეტის იმ შიდა პროცესების, სისტემების ეფექტურობისა და მომსახურების ხარისხის შეფასება, რაც ზემოქმედებას ახდენს თსუ-ს ბრენდის ფორმირებაზე.

პროექტის ძირითადი მიზნებიდან გამომდინარე კვლევა ორ კომპონენტად დაიყო:

1) ბრენდის აღქმის კვლევა. რომლის საფუძველზეც მოხდა ბრენდის ამჟამინდელი პოზიციის / მისი იმიჯის განსაზღვრა.

2) ბრენდის გამოცდილების აუდიტი. რომლის დახმარებითაც შეფასდა უნივერსიტეტში მიმდინარე პროცესების ეფექტურობა.

მათგან პირველი კომპონენტი - (1) ბრენდის აღქმის კვლევა, მოიცავდა შემდეგ ექვს კომპონენტს:

1. არსებული სტუდენტების კვლევა
2. თსუ-ს კურსდამთავრებულების კვლევა
3. პროფესორ-მასწავლებლების კვლევა
4. აბიტურიენტების და მშობლების კვლევა
5. დამსაქმებელთა კვლევა
6. საზოგადოებრივი აზრის ლიდერთა კვლევა



ხოლო მეორე კომპონენტი - (2) ბრენდის გამოცდილების აუდიტი, მოიცავდა ერთ კომპონენტს.

კვლევა მიმდინარეობდა მიმდინარე წლის სექტემბერი- დეკემბრის პერიოდში.

ქვემოთ მოცემულია ზემოთ აღნიშნული თითოეული კომპონენტის ფარგლებში განხორციელებული სამუშაოების აღწერილობა.

2. ბრენდის აღქმის კვლევა

2.1 არსებული სტუდენტების კვლევა

კვლევის მიზნები და ამოცანები

კვლევის მიზანს წარმოადგენდა ივ. ჯავახიშვილის სახელობის თბილისის სახელმწიფო უნივერსიტეტის ამჟამინდელი პოზიციის/მისი იმიჯის შესწავლა კონკრეტულ სამიზნე ჯგუფში, რომელსაც წარმოადგენდნენ თსუ-ს არსებული სტუდენტები.

კვლევის დიზაინზე მუშაობისას განისაზღვრა წარმოდგენილი კვლევითი კომპონენტის მიზნები და ამოცანები:

- თსუ-ს სტუდენტების მიერ უმაღლესი განათლებისა და უმაღლესი სასწავლო დაწესებულებების ზოგადი აღქმა
- უმაღლესი სასწავლო დაწესებულების შერჩევის კრიტერიუმების იდენტიფიცირება
- თსუ-სა და მისი კონკურენტი უმაღლესი სასწავლებლების იმიჯის ანალიზი
- თსუ-ს სტუდენტების არსებული გამოცდილების ანალიზი; თსუ-ს უპირატესობების და ნაკლოვანებების იდენტიფიცირება სხვა უმაღლეს სასწავლო დაწესებულებებთან მიმართებაში
- თსუ-ს სამომავლო განვითარებასთან დაკავშირებული პრეფერენციების იდენტიფიცირება

კვლევის მეთოდოლოგია

კვლევის ფარგლებში კონკრეტული სეგმენტის (თსუ-ს სტუდენტები) შესწავლა განხორციელდა როგორც თვისებრივი, ასევე აღწერითი კვლევის მეთოდების საშუალებით.

1. თვისებრივი კომპონენტი

კვლევის თვისებრივ ნაწილში მოხდა ფოკუსური ჯგუფური დისკუსიის ტექნიკის გამოყენება.

მარკეტინგულ და სოციალური კვლევების სფეროში დამკვიდრებული

ტრადიციის თანახმად თვისებრივი კვლევა მიზნად ისახავს საკვლევი საკითხის სიღრმისეულ შესწავლას - კვლევის რესპონდენტების დამოკიდებულებების, მოტივაციებისა თუ პრეფერენციების სიღრმისეულ კვლევას. რაოდენობრივი კვლევის მეთოდებისგან განსხვავებით, თვისებრივი კვლევის შედეგად მიღებული მონაცემები არ ექვემდებარება სტატისტიკურ დამუშავებას და მისი შედეგები არ არის რეპრეზენტატული, თუმცა თვისებრივი კვლევის მეთოდოლოგია შესაძლებელს ხდის საკვლევი საკითხის შესახებ სიღრმისეული ინფორმაციის მოპოვებას.

ფოკუსური ჯგუფური დისკუსია თვისებრივი კვლევის ერთ-ერთ ტექნიკას წარმოადგენს და გულისხმობს მოდერატორისა და კონკრეტული სამიზნე სეგმენტის წარმომადგენლების დისკუსიას საკვლევი თემის გარშემო. მოდერატორი ხელმძღვანელობს ფოკუსური ჯგუფის გაიდით, რომელშიც კვლევისთვის საინტერესო და რელევანტური საკითხებია თავმოყრილი.

ფოკუსური ჯგუფური დისკუსიის ტექნიკის უპირატესობას მაქსიმალურად მრავალფეროვანი მოსაზრებების და სიღრმისეული დამოკიდებულებების გამოვლენის საშუალება წარმოადგენს. ფოკუს ჯგუფზე ვლინდება როგორც რაციონალური, ისე ემოციონალური დამოკიდებულებები.

კვლევის სამიზნე სეგმენტი და რესპონდენტების შერჩევა

თსუ-ს სტუდენტების კვლევის თვისებრივი კომპონენტის ფარგლებში ჩატარდა 5 ფოკუსური ჯგუფი, თითოეული ჯგუფი შედგებოდა 8-9 რესპონდენტისგან:

- **ჯგუფი 1** - თსუ-ს I კურსელი ბაკალავრები
- **ჯგუფი 2** - თსუ-ს II და III კურსელი ბაკალავრები
- **ჯგუფი 3** - თსუ-ს IV კურსის ბაკალავრები
- **ჯგუფი 4** - თსუ-ს მაგისტრანტები
- **ჯგუფი 5** - თსუ-ს დოქტორანტები

თითოეულ ჯგუფში წარმოდგენილი იყო ყველა ფაკულტეტის მინიმუმ ერთი სტუდენტი, ასევე თსუ-ში მობილობით გადმოსული სტუდენტები და ეროვნული უმცირესობის წარმომადგენლები.

ფოკუსური ჯგუფების რესპონდენტების შერჩევა მოხდა სტუდენტთა ერთიანი ბაზიდან. ბაზიდან სტუდენტების შერჩევა მოხდა შემთხვევითად, წინასწარ შემუშავებული პარამეტრებისა და კრიტერიუმების მიხედვით.

ჯგუფური დისკუსიები ჩატარდა ეისითის ოფისში 21 ნოემბრიდან 29 ნოემბრის ჩათვლით.

ფოკუსური ჯგუფების საშუალო ხანგრძლივობა შეადგენდა 2-2.5 საათს.

2. აღწერითი კომპონენტი

არსებული სტუდენტების აღწერითი კვლევის ფარგლებში გამოკითხვის ტექნიკად გამოყენებულ იქნა ინტერნეტ გამოკითხვა, რომელიც განხორციელდა სპეციალური პროგრამული უზრუნველყოფის "Survey Monkey" საშუალებით. აღნიშნულ პროგრამაში აგებული კითხვარის ბმული არსებულ სტუდენტებში გავრცელდა სხვადასხვა საშუალებით, კერძოდ, კი ბმული სტუდენტებს დაეგზავნათ ელ. ფოსტის მისამართებზე, ბანერი ბმულით განთავსდა თსუ-ს ოფიციალურ ვებ გვერდზე და თსუ-ს Facebook-ის გვერდზე.

კვლევის მიმდინარეობისას შეხსენებითი ტექსტური შეტყობინება დაეგზავნა თსუ-ს 13 773 სტუდენტს.

სულ კვლევაში მონაწილეობა მიიღო 3126 სტუდენტმა. მათ შორის, 1800 ინტერვიუ სრულად, ხოლო 1147 ნაწილობრივ შეივსო. 179-მა სტუდენტმა პირველი ორი კითხვის შემდეგ შეწყვიტა ელ. გამოკითხვის შევსება, რის გამოც მათი მონაცემები არ იქნა გათვალისწინებული კომპონენტის ანგარიშის მომზადებისას.

კვლევის დასრულების შემდეგ მოხდა მონაცემთა გადატანა SPSS-ის ფორმატში. რაც შეეხება ღია კითხვებს, მათი პასუხები მიეწოდა კოდირების სპეციალისტებს. მოხდა დაფიქსირებული პასუხების დაჯგუფება და კოდირება. კოდირების შემდეგ მონაცემები მიება ძირითად ბაზას, სადაც კოდებს დაეოდო კოდირებისას მინიჭებული ჭდეები.

კვლევის აღნიშნული კომპონენტის საველე სამუშაოები მიმდინარეობდა 29 ნოემბრიდან 13 დეკემბრამდე

2.2 თსუ-ს კურსდამთავრებულების კვლევა

კვლევის მიზნები და ამოცანები

თსუ-ს კურსდამთავრებულთა კვლევის მიზანს წარმოადგენდა ივ. ჯავახიშვილის სახელობის თბილისის სახელმწიფო უნივერსიტეტის ამჟამინდელი პოზიციის/მისი იმიჯის შესწავლა კონკრეტულ სამიზნე ჯგუფში, რომელსაც წარმოადგენდნენ თსუ-ს კურსდამთავრებულები.

კურსდამთავრებულების კვლევის ძირითად ამოცანებს წარმოადგენდა:

- უმაღლესი განათლების სფეროსადმი ზოგადი დამოკიდებულებების იდენტიფიცირება
- უსდ-თან დაკავშირებული მოლოდინები და თსუ-ში სწავლის დროს მიღებული გამოცდილების შეფასება
- თსუ-ს კონკურენტული უპირატესობების იდენტიფიცირება და მისი ძლიერი და სუსტი მხარეების ანალიზი, თსუ-ში სწავლების და მისი დიპლომის როლის ანალიზი კურსდამთავრებულთა ცხოვრების განვითარებაში (პოზიტიური და ნეგატიური გავლენები)
- თსუ-ს სამომავლო განვითარებასთან დაკავშირებული პრეფერენციების იდენტიფიცირება
- თსუ-ს არსებული ბრენდ ატრიბუტიკის ტესტირება
- თსუ-ს კურსდამთავრებულთა ფონდის იდეის ტესტირება

კვლევის მეთოდოლოგია

კურსდამთავრებულთა კვლევის მეთოდად გამოყენებულ იქნა თვისებრივი კვლევითი მეთოდი, რომლის ტექნიკად შეირჩა ფოკუსური ჯგუფური დისკუსია.

კვლევის სამიზნე სეგმენტი და რესპონდენტების შერჩევა

თსუ-ს კურსდამთავრებულთა კვლევის ფარგლებში ჩატარდა 2 ფოკუსური ჯგუფი, თითოეული ჯგუფი შედგებოდა 8 რესპონდენტისგან:

ჯგუფი 1 - თსუ-ს კურსდამთავრებული ბაკალავრები

ჯგუფი 2 - თსუ-ს კურსდამთავრებული მაგისტრები

კვლევაში მონაწილეობა მიიღეს კურსდამთავრებულებმა, რომლებმაც თსუ დაამთავრეს ბოლო 5 წლის განმავლობაში. თითოეულ ჯგუფში წარმოდგენილი

იყვენ უნივერსიტეტის ყველა ფაკულტეტის დასაქმებული და დაუსაქმებელი კურსდამთავრებულები.

კვლევის არეალს წარმოადგენდა თბილისი. ფოკუსური ჯგუფების საშუალო ხანგრძლივობა შეადგენდა 2-2.5 საათს.

ჯგუფური დისკუსიები ჩატარდა ეისითის ოფისში 29-30 ნოემბერს.

2.3 თსუ-ს პროფესორ-მასწავლებლების კვლევა

კვლევის მიზნები და ამოცანები

უნივერსიტეტის ბრენდის კვლევა არ იქნებოდა სრულფასოვანი მისი პროფესორ-მასწავლებლების აზრის გამოკვლევის გარეშე. შესაბამისად, კვლევის პროექტის ფარგლებში მოხდა თსუ-ს პროფესორ-მასწავლებლების აზრის კვლევა თვისებრივი კვლევის მეთოდის გამოყენების საშუალებით.

კვლევის დიზაინზე მუშაობისას განისაზღვრა წარმოდგენილი კვლევითი კომპონენტის მიზნები და ამოცანები:

- უმაღლესი განათლების სფეროსადმი არსებული დამოკიდებულებების გამოვლენა
- თსუ-ში არსებული სამუშაო გარემოსა და მიმდინარე პროცესების შეფასება
- თსუ-ს ძლიერი და სუსტი მხარეების იდენტიფიცირება, მისი კონკურენტული უპირატესობების ანალიზი
- თსუ-ს აღქმული იმიჯი
- თსუ-თან დაკავშირებული პრეფერენციების იდენტიფიცირება სასწალო, კვლევითი და ადმინისტრაციული მიმართულებებით
- თსუ-ს არსებული ბრენდ -ატრიბუტების შეფასება
- თსუ-ს კურსდამთავრებულთა ფონდის იდეის ტესტირება

კვლევის მეთოდოლოგია

კვლევის ფარგლებში კონკრეტული სეგმენტის (თსუ-ს პროფესორ მასწავლებლების) შესწავლა განხორციელდა თვისებრივი კვლევის საშუალებით, კერძოდ, ჩაღრმავებული ინტერვიუს ტექნიკის გამოყენებით.

თსუ-ს პროფესორ-მასწავლებელთა კვლევის ფარგლებში ჩატარდა 15 ჩაღრმავებული ინტერვიუ. შერჩევის კრიტერიუმების საკითხზე კონსულტირება მოხდა დამკვეთ მხარესთან და შეთანხმების საფუძველზე კვლევაში მონაწილეობა მიიღეს:

- თსუ-ს ყველა ფაკულტეტის დეკანმა, მათ შორის ევროპისმცოდნეობის მიმართულების და ტურიზმის სკოლის ხელმძღვანელებმა (8 ინტერვიუ)
- სხვადასხვა ფაკულტეტზე მოღვაწე სრულმა, ასოცირებულმა და ასისტენტ-პროფესორებმა

სამიზნე სეგმენტის მეორე ქვე-კატეგორიის შერჩევა მოხდა თსუ-ს პროფესორ-მასწავლებელთა ერთიანი სიიდან შემთხვევითად.

ინტერვიუები ტარდებოდა მიმდინარე წლის ნოემბერ-დეკემბერში.

ჩაღრმავებული ინტერვიუს საშუალო ხანგრძლივობა შეადგენდა 1 საათს.

2.4 აბიტურიენტებისა და მშობლების კვლევა

კვლევის მიზანი და ამოცანები

კვლევის მიზანს წარმოადგენდა ივ. ჯავახიშვილის სახელობის თბილისის სახელმწიფო უნივერსიტეტის ამჟამინდელი პოზიციის/იმიჯის შესწავლა კონკრეტულ სამიზნე ჯგუფში, რომელსაც წარმოადგენდნენ აბიტურიენტები და მათზე პასუხისმგებელი პირები.

კვლევის კონკრეტულ ამოცანებს წარმოადგენდა შემდეგი:

- სასწავლებლის არჩევისას რა ფაქტორებს ითვალისწინებენ? მათგან რომელია ყველაზე მნიშვნელოვანი?
- როგორ / რა წყაროებით იღებენ ინფორმაციას ამათუიმ სასწავლებლის შესახებ? რომელი წყაროა ყველაზე სანდო?
- როგორ ხდება გადაწყვეტილების მიღება? ვინ არიან ჩართული ამ პროცესში? ვის აზრს ითვალისწინებენ გადაწყვეტილების მიღებისას?
- როგორია მათი მოლოდინები არჩეული სასწავლებლის

მიმართ?

- მათი ნება რომ იყოს, რომელ სასწავლებელს შეარჩევდნენ? რატომ არის ან არ არის ამ სასწავლებლებს შორის თსუ?
- მათი წარმოდგენით, როგორია თსუ დღეს? როგორი შეიძლება იყოს იგი ხვალ?
- რომელი სასწავლებლებია თსუ-ს ძირითადი კონკურენტები? რატომ?
- რამდენად მიმზიდველი, სანდო, პრესტიჟულია უნივერსიტეტი, როგორც სასწავლებელი? რატომ?
- მიაჩნიათ თუ თსუ ბაზრის უმაღლესი განათლების ბაზრის ლიდერად? თუ არა, მაშინ რა ცვლილებების გატარებაა საჭირო უნივერსიტეტში, რომ იგი ლიდერად იქცეს? სხვ.

კვლევის მეთოდოლოგია

კვლევის ფარგლებში კონკრეტული სეგმენტის (აბიტურიენტებისა და მათი მშობლების) შესწავლა განხორციელდა როგორც თვისებრივი, ასევე რაოდენობრივი კვლევის მეთოდების საშუალებით.

1. თვისებრივი კომპონენტი

კვლევის თვისებრივ ნაწილში ჩატარდა 4 ფოკუსური ჯგუფი, თითოეული ჯგუფი შედგებოდა 8 რესპონდენტისაგან. კვლევაში მონაწილეობა მიიღეს აბიტურიენტებმა და მათმა მშობლებმა.

I ჯგუფი - აბიტურიენტები, რომლებიც აპირებენ თსუ-ს I ან II პრიორიტეტად ჩაწერას ერთიანი ეროვნული გამოცდების განაცხადში (“Acceptors”)

II ჯგუფი - აბიტურიენტები, რომლებიც არ აპირებენ თსუ-ს ჩაწერას I ან II პრიორიტეტად ერთიანი ეროვნული გამოცდების განაცხადში (“Rejectors”)

I ჯგუფი - მშობლები, რომელთა შვილებიც აპირებენ თსუ-ს I ან II პრიორიტეტად ჩაწერას ერთიანი ეროვნული გამოცდების განაცხადში (“Acceptors”)

II ჯგუფი - მშობლები, რომელთა შვილებიც არ აპირებენ თსუ-ს ჩაწერას I ან II პრიორიტეტად ერთიანი ეროვნული გამოცდების განაცხადში (“Rejectors”)

კვლევის არეალს წარმოადგენდა თბილისი. ფოკუსური ჯგუფების საშუალო ხანგრძლივობა იყო 2-2.5 საათი.

ჯგუფური დისკუსიები ჩატარდა ეისითის ოფისში ოქტომბერში.

2. რაოდენობრივი კომპონენტი

აბიტურიენტებისა და მშობლების კვლევის ფარგლებში გამოყენებულ იქნა პირისპირ ინტერვიუების ტექნიკა სახლში ვიზიტით.

ქვემოთ წარმოდგენილია კომპონენტში მონაწილე რესპონდენტთა შერჩევის დიზაინის აღწერილობა და სავსე საშუალებების მიმდინარეობა.

შერჩევის დიზაინის აღწერა

კვლევის ფარგლებში გამოიკითხა სულ 720 აბიტურიენტი და 721 პასუხისმგებელი პირი. შერჩევის დიზაინი და მეთოდოლოგია წარმოდგენილია ქვემოთ:

სამიზნე ქალაქები - კვლევა განხორციელდა შემდეგ 6 ძირითად ქალაქში: თბილისი, ბათუმი, ქუთაისი, თელავი, გორი, ახალციხე

სამიზნე ჯგუფი - კვლევის სამიზნე ჯგუფს წარმოადგენდნენ სამიზნე ქალაქებში მცხოვრები IX-XII კლასის მოსწავლეები, სკოლადამთავრებული აბიტურიენტები, რომლებიც აპირებენ 2012 სასწავლო წელს უმაღლესში ჩაბარებას და მათი მშობლები და / ან მათზე პასუხისმგებელი პირები.

შერჩევის დიზაინი - კვლევაში გამოყენებულ იქნა ორსაფეხურიანი კლასტერული შერჩევა წინასწარი სტრატეგიკაციით.

სტრატეგიკაცია -

სტრატეგიკაცია განხორციელდა ქალაქების მიხედვით და გამოიყო ექვსი სტრატა:

- 1) ქალაქი თბილისი
- 2) ქალაქი ბათუმი
- 3) ქალაქი ქუთაისი
- 4) ქალაქი თელავი
- 5) ქალაქი გორი
- 6) ქალაქი ახალციხე

შერჩევის მოცულობა და მისი ალოკაცია ქვესტრატებში

სამიზნე შერჩევის მოცულობის მისაღწევად ჯამურად შეირჩა 900 შინამეურნეობა. გამოცდილებაზე დაყრდნობით გაკეთდა დაშვება რომ აღნიშნული შერჩევის მოცულობა უზრუნველყოფდა მინიმუმ 700 მოსწავლე /აბიტურიენტსა და 700 პასუხისმგებელი პირის გამოკითხვას. შერჩევის ჯამური მოცულობა გაიყო ორ ნაწილად:

- 1) თბილისი - 400 ერთეული
- 2) რეგიონები - 500 ერთეული

რეგიონებისთვის განსაზღვრული ჯამური მოცულობები ქალაქებში გადანაწილდა მათში სამიზნე ჯგუფის რაოდენობის პროპორციულად. შეფასებებისთვის

გამოყენებული იქნა 2010 წლის მონაცემთა ბაზა, რომელიც მოიცავს მოსწავლეების რაოდენობას თითოეული სკოლის მიხედვით.

თითოეული სტრატის მიხედვით შერჩევის მოცულობები მოცემულია #1 ცხრილში:

ცხრილი #1

ქალაქი	N (სამიზნე ჯგუფი, IX-XII)	n (შერჩევის მოცულობა)
თბილისი	59948	400
ახალციხე	1828	35
ბათუმი	8063	155
გორი	3421	65
ქუთაისი	11011	210
თელავი	1853	35
სულ	86124	900

კლასტერიზაცია

- 1) პირველადი შერჩევის ერთეული - თითოეული სტრატის შიგნით კლასტერის როლში აღებული იქნა სააღწერო უბანი. პირველადი შერჩევის ერთეულების შერჩევა განხორციელდა მათში შინამეურნეობების რაოდენობის პროპორციულად.
- 2) მეორადი შერჩევის ერთეული - მეორადი შერჩევის ერთეულს წარმოადგენს შინამეურნეობა. მათი შერჩევა განხორციელდა შემთხვევითი ხეტიალის პრინციპით. ამ პროცედურის განსახორციელებლად თითოეულ კლასტერში დაფიქსირდა საწყისი წერტილი, განისაზღვრა მოძრაობის მარშრუტი და ბიჯი. თითოეულ კლასტერში მაქსიმუმ გამოიკითხებოდა 5 შინამეურნეობა (მათ შორის სამში, აუცილებლად იყო როგორც პასუხისმგებელი, ასევე მოსწავლე/აბიტურიენტი გამოკითხული. დანარჩენი ორიდან კეთდებოდა პასუხისმგებელი ან/და მოსწავლე/აბიტურიენტი).

მონაცემთა შეწონვა

მონაცემთა შეწონვისთვის გამოყენებული იქნა 2010 წლის სკოლების ბაზა, სადაც მოცემულია მოსწავლეთა რაოდენობები. პოსტსტრატეგიკაციისთვის, როგორც პასუხისმგებელი ასევე მოსწავლეების მონაცემების შესაწონად გამოყოფილი იქნა ორი ნიშანი:

- 1) კლასი, აბიტურიენტი (მოსწავლეების შემთხვევაში, უშუალოდ ვინც გამოიკითხა, ხოლო პასუხისმგებელი პირებისთვის უშუალოდ ვისზეც შეივსო კითხვარი)
- 2) ტერიტორიული ნიშანი (თბილისი/რეგიონები)

სულ პოსტსტრატეგიკაციისას გამოიყო 10 ქვესტრატა. მათში შერჩევის და სამიზნე ჯგუფების მოცულობები მოცემულია ქვემოთ #2 და #3 ცხრილებში:

ცხრილი #2 - აბიტურიენტები

კლასი	თბილისი/რეგიონები	შერჩევის მოცულობა	სამიზნე მოცულობა	ჯგუფი
IX	თბილისი	78	14967	
X	თბილისი	75	14067	
XI	თბილისი	74	14596	
XII	თბილისი	77	16318	
აბიტურიენტი	თბილისი	16	816	
IX	რეგიონალური ქალაქები	85	6334	
X	რეგიონალური ქალაქები	100	6256	
XI	რეგიონალური ქალაქები	94	6534	
XII	რეგიონალური ქალაქები	94	7052	
აბიტურიენტი	რეგიონალური ქალაქები	28	353	
სულ		721	87293	

* აბიტურიენტების რაოდენობა შეფასებული იქნა ექსპერტულად და ის შეადგენს XII კლასელების 5%-ს.

ცხრილი #3 - პასუხისმგებელი პირი

კლასი	თბილისი/რეგიონები	შერჩევის მოცულობა	სამიზნე მოცულობა	ჯგუფი
IX	თბილისი	79	14967	
X	თბილისი	75	14067	
XI	თბილისი	69	14596	
XII	თბილისი	82	16318	
აბიტურიენტი	თბილისი	15	816	
IX	რეგიონალური ქალაქები	82	6334	
X	რეგიონალური ქალაქები	91	6256	
XI	რეგიონალური ქალაქები	96	6534	
XII	რეგიონალური ქალაქები	99	7052	
აბიტურიენტი	რეგიონალური ქალაქები	32	353	
სულ		720	87293	

აღნიშნულ მონაცემებზე დაყრდნობით დათვლილ იქნა ორი ტიპის წონა:

- 1) პოპულაციის წონა - წონითი კოეფიციენტი, რომელიც აღადგენს პოსტსტრატეგიკაციის ჯგუფების მიხედვით სამიზნე ჯგუფის სტრუქტურას.
- 2) ნორმირებული წონა - წონითი კოეფიციენტი, რომელიც წარმოადგენს პოპულაციის წონების ნორმირებას. ის გამოიყენება სტატისტიკური ტესტებისა და განსხვავების სანდოობების შემოწმებების მიზნით.

საბოლოო ჯამში, გამოკვლევის ფარგლებში ჩასატარებელი 1441 ინტერვიუ შემდეგნაირად გადანაწილდა:

რეგიონი	ჩასატარებელი ინტერვიუების რაოდენობა
აჭარა	247
თბილისი	640
იმერეთი	336
კახეთი	58
სამცხე-ჯავახეთი	56
შიდა ქართლი	104
სულ	1441

ინტერვიუების რაოდენობა გამოსაკითხ სემენტებში (მოსწავლე/აბიტურიენტი და პასუხისმგებელი პირი) შემდეგნაირად გადანაწილდა:

რეგიონი	აბიტურიენტი	პასუხისმგებელი
აჭარა	123	124
თბილისი	320	320
იმერეთი	168	168
კახეთი	30	28
სამცხე-ჯავახეთი	28	28
შიდა ქართლი	52	52
სულ	721	720

საპილოტე ინტერვიუები

საპილოტე ინტერვიუები ჩატარდა 25 ნოემბერს კომპანია "ეისითი კვლევის" - ის ოფისში, კვლევის ასისტენტის მიერ. საპილოტე კვლევა განხორციელდა IX-XII კლასელ აბიტურიენტ/მოსწავლესთან და IX კლასელი მოსწავლის მშობელთან. საპილოტე ინტერვიუების დასრულების შემდეგ კითხვარში შეტანილ იქნა მინიმალური ტექნიკური შინაარსის სვლილება.

პერსონალის შერჩევა და მათი ტრენინგები

კვლევის დაწყებამდე საველე პერსონალი განისაზღვრა შერჩევის მოცულობის და საველე სამუშაოების ვადების შესაბამისად. საველე სამუშაოები განხორციელდა მიმდინარე წლის 30 ნოემბრიდან - 6 დეკემბრის ჩათვლით

საველე პერსონალს შეადგენდა ველის მენეჯერი, ხუთი რეგიონალური კოორდინატორი და 62 ინტერვიუერი.

პერსონალის შერჩევის შემდეგ, მათი რაოდენობიდან გამომდინარე, კვლევის პროექტული ტრენინგები დაიგეგმა ორ ეტაპად.

პირველ ეტაპზე ტრენინგი ჩატარდა თბილისში მონაწილე 23 ინტერვიუერისათვის. აღნიშნულ ტრენინგს ასევე ესწრებოდა ლოგიკური კონტროლის და კოდირების სპეციალისტი.

მეორე ეტაპზე დაიგეგმა რეგიონალური კოორდინატორების ტრენინგი, ანუ ტრენერთა ტრენინგი. რეგიონალური კოორდინატორები შემდეგში (მომდევნო დღეს) უზრუნველყოფდნენ ტრენინგის ჩატარებას მათ რეგიონში შერჩეულ ინტერვიუებთან (სულ 39 ინტერვიუერი).

ტრენინგები ორივე ეტაპზე ტარდებოდა კვლევის ანალიტიკოსის მიერ, რომელსაც ესწრებოდა ველის მენეჯერი.

თითოეულ ტრენინგზე განხილული იყო შემდეგი საკითხები:

- პასუხისმგებელი პირის კითხვარის შევსების წესები;
- აბიტურიენტის კითხვარის შევსების წესები;
- რესპონდენტის შესარჩევი კითხვარის შევსების წესები;
- საველე სამუშაოების ვადები და ლოჯისტიკური საკითხები.
- შერჩევის აღწერილობა და მოძრაობის წესები.

კვლევის რესპონდენტთა მოძიება ხდებოდა შემთხვევითი ხეტიალის ტექნიკის გამოყენებით, წინასწარ განსაზღვრული ბიჯისა და შერჩევის კრიტერიუმების დაცვით.

ინტერვიუებებისთვის მომზადდა რესპონდენტის შერჩევის ინსტრუქცია, რომელიც გადაეცა კვლევაში მონაწილე ყველა ინტერვიუერს და სუპერვაიზორს.

საველე სამუშაოების მონიტორინგი

კვლევის ფარგლებში განხორციელდა კვლევის შიდა მონიტორინგი. განხორციელდა ორი სახის კონტროლი: 1. კითხვარების 100%-მა გაიარა რევიზია, რომლის ფარგლებშიც შემოწმდა კითხვარის ლოგიკური გამართულობა და შევსების ინსტრუქციების დაცულობა. 2. კითხვარების 26% გაკონტროლდა განმეორებითი ვიზიტისა და / ან სატელეფონო ინტერვიუს საშუალებით. სულ გაკონტროლდა 380 ინტერვიუ.

კვლევის ფარგლებში განხორციელებული მონიტორინგის ფარგლებში სხვა სერიოზული დარღვევები არ დაფიქსირებულა.

2.5 დამსაქმებელთა კვლევა

კვლევის მიზანი და ამოცანები

კვლევის მიზანს წარმოადგენდა ივ. ჯავახიშვილის სახელობის თბილისის სახელმწიფო უნივერსიტეტის ამჟამინდელი პოზიციის/იმიჯის შესწავლა კონკრეტულ სამიზნე ჯგუფში, რომელსაც წარმოადგენდნენ მსხვილი და საშუალო ზომის ორგანიზაცია.

კვლევის კონკრეტული ამოცანები იყო შემდეგი:

- როგორ აფასებენ დამსაქმებლები უმაღლესი განათლების დონეს საქართველოში?
- რა მოთხოვნებს უყენებენ დამსაქმებლები შრომის ბაზარს და რა ფაქტორებია მათთვის მნიშვნელოვანი თანამშრომლის შერჩევისას?
- ითვალისწინებენ თუ არა კადრის შერჩევისას, რომელი უმაღლესი სასწავლებლის კურსდამთავრებულია კანდიდატი? რომელ სასწავლებლებს აძლევენ უპირატესობას და რატომ?
- როგორი იმიჯი აქვთ თსუ-ს კურსდამთავრებულებს დამსაქმებლებში?
- როგორი იმიჯი აქვს თავად თსუ-ს დამსაქმებლებში?

კვლევის მეთოდოლოგია

კვლევის ფარგლებში კონკრეტული სეგმენტის (დამსაქმებლების) შესწავლა განხორციელდა რაოდენობრივი კვლევის მეთოდის გამოყენებით. რაოდენობრივი კვლევის ტექნიკად შერჩეულ იქნა პირისპირ ინტერვიუება.

ქვემოთ წარმოდგენილია კომპონენტში მონაწილე რესპონდენტთა შერჩევის დიზაინის აღწერილობა და სავსე სამუშაოების მიმდინარეობა.

შერჩევის დიზაინის აღწერა

დამსაქმებელი ორგანიზაციების შერჩევის ბაზად გამოყენებული იქნა ყველა ინსტიტუციონალური სექტორი (საჯარო და კერძო სამართლის იურიდიული პირები, არაკომერციული ორგანიზაციები):

- 1) არაფინანსური კორპორაციები
- 2) ფინანსური სექტორი
- 3) შინამეურნეობების მომსახურე არაკომერციული ორგანიზაციები (შმაკო)
- 4) საჯარო სამართლის იურიდიული პირები (სსიპ)

შერჩევის ბაზაში მოხვდა საშუალო და მსხვილი ორგანიზაციები. დამკვეთთან შეთანხმებით, შეირჩა ის ორგანიზაციები, რომელთაც დასაქმებული ჰყავდათ მინიმუმ 5 უმაღლეს დამთავრებული, კვალიფიციური თანამშრომელი.

კვლევის ამოცანებიდან გამომდინარე განხორციელდა მიზნობრივი ჯგუფების გამოყოფა ორგანიზაციის საქმიანობის სფეროს მიხედვით.

სულ შერჩევის მოცულობა განისაზღვრა 300 ერთეულით.

კვლევის არეალი - კვლევა ჩატარდა თბილისში, ბათუმსა და ქუთაისში

სავსე სამუშაოების მიმდინარეობა

კვლევის სპეციფიკიდან და სირთულიდან გამომდინარე, განსაკუთრებულად შეირჩნენ სავსე სამუშაოებში მონაწილე ინტერვიუერები. კვლევაში ჩართულნი იყვნენ:

- სავსე სამუშაოების მენეჯერი
- 2 რეგიონალური კოორდინატორი.
- ქალაქ თბილისში რეგიონალური კოორდინატორის ფუნქციას ითავსებდა სავსე სამუშაოების მენეჯერი
- 27 ინტერვიუერი (როგორც თბილისში (22 ინტერვიუერი) , აგრეთვე რაიონებშიც (ბათუმში - 3 ინტერვიუერი, ქუთაისში - 2 ინტერვიუერი)

გამოკვლევისთვის ინტერვიუერების შერჩევა მოხდა კომპანიის ინტერვიუერების ბაზიდან მათი გამოცდილების გათვალისწინებით.

კვლევის ფარგლებში ჩატარდა პროექტული ტრენინგი, რომელიც 22 ნოემბერს ჩატარა პროექტის მენეჯერმა, ანალიტიკოსმა და საველე სამუშაოების მენეჯერმა. პროექტული ტრენინგის ძირითად საკითხებს წარმოადგენდა:

- პროექტის მიზნებისა და ამოცანების გაცნობა;
- კითხვარის შევსების წესების გაცნობა;
- კითხვარის დამატებითი დამხმარე დოკუმენტების გაცნობა;
- რესპონდენტის შერჩევასთან დაკავშირებული ინსტრუქციების გაცნობა;

პროექტული ტრენინგი განხორციელდა სამ ეტაპად:

I ეტაპი

პროექტული ტრენინგი ჩაუტარდათ თბილისის ინტერვიუერებს.

II ეტაპი

პროექტული ტრენინგი ჩაუტარდათ საველე სამუშაოების რეგიონალურ კოორდინატორებს.

რეგიონალური კოორდინატორების სათანადოდ მომზადდნენ იმისთვის, რომ ჩაეტარებინათ ტრენინგი რეგიონალური ინტერვიუერებისთვის.

III ეტაპი

რეგიონალურმა კოორდინატორებმა ჩაატარეს პროექტული ტრენინგი რეგიონალური ინტერვიუერებისთვის.

კვლევის ფარგლებში სულ მოხდა 2070 ორგანიზაციასთან დაკონტაქტება. მათგან სატელეფონო შეთანხმების საფუძველზე დაინიშნა 479 ინტერვიუ, თუმცა საბოლოოდ დასრულებული სახით შედგა 300 ინტერვიუ. შესაბამისად კვლევის ანალიტიკური ანგარიშში წარმოდგენილია სრულდა შევსებული 300 ინტერვიუს შედეგი. მათგან თბილისში განხორციელდა 245 ინტერვიუ, ქ. ბათუმში ჩატარდა - 34 ინტერვიუ, ხოლო ქ. ქუთაისი - 21.

საველე სამუშაოების მონიტორინგი

კვლევის ფარგლებში განხორციელდა შევსებული კითხვარების 100%-ს რევიზია, რომლის ფარგლებშიც შემოწმდა კითხვარის ლოგიკური გამართულობა და შევსების ინსტრუქციების დაცულობა.

კვლევის ფარგლებში განხორციელებული რევიზიის ფარგლებში სერიოზული დარღვევები არ დაფიქსირებულა.

2.6 საზოგადოებრივი აზრის ლიდერების კვლევა

კვლევის მიზნები და ამოცანები

კვლევითი პროექტის ფარგლებში თსუ-ს ბრენდის კვლევა საზოგადოებრივი აზრის ლიდერების სეგმენტშიც, რომლებიც გავლენას ახდენენ საზოგადოებრივი აზრის ფორმირებაზე.

კვლევის დიზაინზე მუშაობისას განისაზღვრა წარმოდგენილი კვლევითი კომპონენტის მიზნები და ამოცანები:

- უმაღლესი განათლების სფეროსადმი არსებული დამოკიდებულებების გამოვლენა
- უსდ-ების მიმოხილვითი ანალიზი, წარმატებული, პრესტიჟული უსდ-ების იდენტიფიცირება
- თსუ-ს მიმართ არსებული დამოკიდებულებების შესწავლა და თსუ-ს ბრენდის იმიჯის ანალიზი
- თსუ-თან დაკავშირებული პრეფერენციების იდენტიფიცირება
- თსუ-ს კურსდამთავრებულთა ფონდის იდეის ტესტირება

კვლევის მეთოდოლოგია

კვლევის ფარგლებში კონკრეტული სეგმენტის (საზოგადოებრივი აზრის ლიდერების) შესწავლა განხორციელდა თვისებრივი კვლევის საშუალებით, კერძოდ, ჩაღრმავებული ინტერვიუს ტექნიკის გამოყენებით. აღნიშნული ტექნიკა ოპტიმალური იყო ერთის მხრივ, საკვლევ თემასთან დაკავშირებული სიღრმისეული აღქმების და დამოკიდებულებების მოპოვების მიზნით, ხოლო მეორეს მხრივ სეგმენტის ელიტურობიდან და მათი დროის დეფიციტიდან გამომდინარე. მათი დაკავებულობის გათვალისწინებით, ძალიან რთულია ამ სეგმენტის ერთად შეკრება ჯგუფური დისკუსიისთვის.

კვლევის სამიზნე სეგმენტი და რესპონდენტების შერჩევა

საზოგადოებრივი აზრის ლიდერების კვლევის ფარგლებში ჩატარდა 20 ჩაღრმავებული ინტერვიუ. სამიზნე სეგმენტი პირობითად დაიყო ქვე-სეგმენტებად:

- ❖ ბიზნეს-ელიტა (საკუთარი ბიზნესის მფლობელები) – (5 ინტერვიუ)
- ❖ პოლიტ-ელიტა (მათ შორის განათლების სფეროს წარმომადგენლები საკანონმდებლო და აღმასრულებელი ხელისუფლებიდან) – (5 ინტერვიუ)
- ❖ მედია-ელიტა (მოქმედი ჟურნალისტები) – (3 ინტერვიუ)
- ❖ სამეცნიერო ფონდების - დონორი ორგანიზაციების ხელმძღვანელი პირები - (2 ინტერვიუ)
- ❖ საზოგადო მოღვაწეები და აკადემიური ელიტა - (5 ინტერვიუ)

კონკრეტული რესპონდენტების ვინაობის შეთანხმება მოხდა დამკვეთ მხარესთან,

ინტერვიუები ტარდებოდა მიმდინარე წლის ნოემბერ-დეკემბერში.

ჩაღრმავებული ინტერვიუს საშუალო ხანგრძლივობა იყო დაახ. 40წთ - 1 საათი.

2.7 ბრენდის გამოცდილების აუდიტი

კვლევის მიზანი

ივ. ჯავახიშვილის სახელობის თბილისის სახელმწიფო უნივერსიტეტის იმ შიდა პროცესების, სისტემების ეფექტურობისა და მომსახურების ხარისხის შეფასება, რაც ზემოქმედებას ახდენს თსუ-ს ბრენდის ფორმირებაზე.

კვლევის მეთოდოლოგია

დაკვირვება განხორციელდა თსუ-ს 24 სტრუქტურულ ერთეულზე. სულ განხორციელდა 101 დაკვირვება სტრუქტურულ ერთეულებში გადანაწილდა შემდეგნაირად:

სტრუქტურული ერთეული	დაკვირვებების რაოდენობა
სასწავლო პროცესების მართვის დეპარტამენტი	4
სამეცნიერო კვლევებისა და განვითარების დეპარტამენტი	2
აკადემიური განვითარებისა და უწყვეტი განათლების ცენტრი	2
საფინანსო დეპარტამენტი	2
მატერიალური რესურსების მართვის დეპარტამენტი	2
პერსონალის მართვის დეპარტამენტი	2
კანცელარია	4
იურიდიული დეპარტამენტი	4
საგარეო ურთიერთობის დეპარტამენტი	4
კულტურის და სპორტის დეპარტამენტი	4
საზოგადოებასთან ურთიერთობის დეპარტამენტი	4
გაზეთ "თბილისის უნივერსიტეტის" რედაქცია	2
გამომცემლობა	2
ბიბლიოთეკა	2
საგამოცდო ცენტრი	3
ხარისხის მართვის დეპარტამენტი	8
დაცვა	8
თვითმმართველობა	3
იურიდიული ფაკულტეტი	7

ეკონომიკისა და ბიზნესის ფაკულტეტი	7
სოციალურ და პოლიტიკურ მეცნიერებათა ფაკულტეტი	6
ჰუმანიტარულ მეცნიერებათა ფაკულტეტი	6
ზუსტ და საბუნებისმეტყველო მეცნიერებათა ფაკულტეტი	7
მედიცინის ფაკულტეტი	6

საველე სამუშაოების დაწყებას წინ უძღოდა რიგი მოსამზადებელი სამუშაოები:

- კვლევის ინსტრუმენტების (კითხვარი, სცენარების საველე სამუშაოებისათვის საჭირო დამატებითი საბუთები) შემუშავება
- საველე პერსონალის რეკრუტირება და მათი ტრენინგი

საველე პერსონალის რეკრუტირება და ტრენინგი

ზემოაღნიშნული სამუშაოების შემდეგ შეირჩა საველე სამუშაოების ჩატარებისათვის საჭირო პერსონალი, რომელთაც ჰქონდა მკაფიოდ გამოიჯნული ფუნქციები და მოვალეობები.

საველე სამუშაოების პერსონალი

კვლევაში ჩართულნი იყვნენ:

- საველე სამუშაოების მენეჯერი
- საველე სამუშაოების კოორდინატორი.

დაკვირვებების განსახორციელებლად მისტიური მომხმარებლების შერჩევა მოხდა როგორც კომპანიის დამკვირვებლების ბაზიდან მათი გამოცდილების და ტიპაჟის გათვალისწინებით, ასევე წინასწარ შე ირჩნენ თსუ-ს სხვადასხვა ფაკულტეტის სტუდენტები, რომლებმაც გაიარეს სპეციალური მოსამზადებელი ეტაპები (გასაუბრება, ზოგადი ტრენინგი, პროექტული ტრენინგი), საბოლოოდ დამკვირვებლების დამტკიცება მოხდა პროექტის მენეჯერის, საველე სამუშაოების კოორდინატორის და ველის მენეჯერის მიერ.

კვლევის პროექტული ტრენინგი ჩატარდა მიმდინარე წლის 16-17 ნოემბერს. პროექტული ტრენინგის ძირითადი საკითხები იყო:

- პროექტის მიზნებისა და ამოცანების გაცნობა;
- კითხვარის შევსების წესების გაცნობა;
- სცენარების გაცნობა (რა საკითხით უნდა მისულიყვნენ დაკვირვებაზე დამკვირვებლები)
- საველე პერსონალის ფუნქცია-მოვალეობების გაცნობა;

ტრენინგის ბოლოს დამკვირვებლებს გადაეცათ სამარშრუტო ბარათები (ინფორმაცია იმის შესახებ, თუ როდის, სად და რა სცენარით უნდა განეხორციელებინათ დაკვირვება).

საველე სამუშაოები მიმდინარეობდა 17 ნოემბრიდან - 2 დეკემბრის ჩათვლით პერიოდში. .

სულ დაკვირვებებში მონაწილეობა მიიღო 25 დამკვირვებელმა

რევიზია/კონტროლი

თბილისის სახელმწიფო უნივერსიტეტის ადმინისტრაციის მომსახურების ხარისხის კვლევის რევიზია/კონტროლში ჩართული იყო 2 ადამიანი, რომლებმაც გაიარეს (შეამოწმეს) ყველა კითხვარი და გააკეთეს მათი ლოგიკური კონტროლი აუდიო ჩანაწერებთან შედარებით, საჭიროების შემთხვევაში აუდიო ჩანაწერებზე დაყრდნობით შეტანილ იქნა ცვლილებები, როგორც დახურულ კითხვების პასუხებში, ასევე დაკვირვების ტექსტუალურ აღწერილობაში (საჭიროებისამებრ დაკონკრეტდა ვიზიტის დეტალები).

თბილისის სახელმწიფო უნივერსიტეტის ადმინისტრაციის მომსახურების ხარისხის კვლევის რევიზიის დროს უხეში შეცდომა ან ხარვეზი არ დაფიქსირებულა. ველის შედეგები დამაკმაყოფილებელი იყო. შესაბამისად რევიზიამ ჩაიარა ყოველგვარი შეფერხებების გარეშე.