



განათლების ხარისხის
განვითარების
ეროვნული ცენტრი

განათლების ხარისხის განვითარების ეროვნული ცენტრის მობილობის სერვისით მომხმარებელთა კმაყოფილების კვლევა

რაოდენობრივი და თვისებრივი კვლევის შედეგები

მომზადებულია საქართველოს ახალგაზრდა ეკონომისტთა ასოციაციის მიერ

საქართველოს ახალგაზრდა ეკონომისტთა ასოციაცია

ASSOCIATION OF YOUNG ECONOMISTS OF GEORGIA



თბილისი

2015 წელი

შინაარსი

კვლევის მეთოდოლოგია3

ზოგადი ინფორმაცია6

მობილობის სერვისის პროცესის შეფასება10

მობილობის პროცესის გაუმჯობესების გზები17

ძირითად მიგნებები20

დანართები23

კვლევის მეთოდოლოგია

კვლევის მიზანი და ამოცანები

კვლევის მიზანი:

სსიპ განათლების ხარისხის განვითარების ეროვნული ცენტრის მიერ გაწეული მომსახურების გაუმჯობესების მიზნით, სტუდენტთა მობილობის პროცესის გაუმჯობესება.

კვლევის ძირითად ამოცანებად განისაზღვრა:

- მობილობის პროცესთან დაკავშირებით, ცენტრის მიერ გაწეული მომსახურებით სტუდენტთა კმაყოფილების შესწავლა;
- მობილობის პროცესთან დაკავშირებული პრობლემებისა და მათი აღმოფხვრის გზების გამოვლენა;
- სხვა დამატებითი საკითხების შესწავლა, რომლის მეშვეობითაც სრულად იქნება მიღწეული კვლევის მიზანი.

კვლევის ინსტრუმენტები

წინამდებარე ანგარიში მომზადებულია თვისებრივი და რაოდენობრივი კვლევის მეთოდების გამოყენებით. გაწეული მობილობის სერვისების სპეციფიკიდან გამომდინარე საქართველოს ახალგაზრდა ეკონომისტთა ასოციაციის მიერ, კვლევის ფარგლებში ჩატარდა:

- ✓ ფიზიკური პირებისათვის ცენტრის მიერ შეთავაზებული მობილობის სერვისებით კმაყოფილების დონის რაოდენობრივი კვლევა;
- ✓ ფიზიკური პირებისათვის ცენტრის მიერ შეთავაზებული მობილობის სერვისებით კმაყოფილების დონის თვისებრივი კვლევა;

კვლევის კითხვარი და სახელმძღვანელო შემუშავდა ერთობლივად განათლების ხარისხის განვითარების ეროვნული ცენტრისა და საქართველოს ახალგაზრდა ეკონომისტთა ასოციაციის მიერ.

რაოდენობრივი კვლევა

შერჩევის ზომა. რაოდენობრივი კვლევის შერჩევის მოცულობა წინასწარ განსაზღვრული იყო განათლების ხარისხის განვითარების ეროვნული ცენტრის მიერ 500 რესპონდენტით. რაოდენობრივი კვლევის ფარგლებში წინასწარ შეთანხმებული კითხვარის (დანართი #1) საშუალებით გამოიკითხა მობილობის სერვისით მოსარგებლე 500 სტუდენტი.

შერჩევა მოხდა წინასწარ განსაზღვრული კვოტების მეშვეობით. საწყის ეტაპზე შეირჩა 5 უნივერსიტეტი, სადაც ცენტრის ინფორმაციით ყველაზე მეტი რაოდენობის სტუდენტი გადავიდა მობილობით, ხოლო ამის შემდეგ განისაზღვრა კვოტები მობილობის სერვისით მომხმარებელთა პროპორციულად თითოეული უნივერსიტეტისთვის. ბოლო ეტაპზე მოხდა დამატებითი შერჩევითი კიდეც 5 უნივერსიტეტის გამოვლენა. აუცილებელი პირობა იყო, რომ რესპონდენტი უნდა ყოფილიყო მობილობის სერვისის მომხმარებელი.

გამოკითხულ სტუდენტთა რაოდენობა უმაღლესი სასწავლებლების მიხედვით შემდეგნაირად გადანაწილდა.

	უმაღლესი სასწავლებელი	რესპონდენტთა რაოდენობა
1	საქართველოს ეროვნული უნივერსიტეტი (სეუ)	114
2	თბილისის სახელმწიფო უნივერსიტეტი (თსუ)	88
3	საქართველოს დავით აღმაშენებლის სახელობის სახელმწიფო უნივერსიტეტი (სდასუ)	59
4	ილიას სახელმწიფო უნივერსიტეტი (ილიაუნი)	56
5	კავკასიის საერთაშორისო უნივერსიტეტი	50
6	საქართველოს ტექნიკური უნივერსიტეტი	41
7	სოხუმის სახელმწიფო უნივერსიტეტი	27
8	სამედიცინო უნივერსიტეტი	12
9	საქართველოს უნივერსიტეტი (ალასანია)	10
10	თბილისის სახელმწიფო სამედიცინო უნივერსიტეტი	9
11	თავისუფალი უნივერსიტეტი	4
12	სხვა	34
	სულ	500

გამოკითხვის დროს სრულიად დაცული იყო რესპონდენტების ანონიმურობა.

კითხვარი იყო თვითადმინისტრირებადი, ანუ რესპონდენტი თავად ავსებდა ინტერვიუერის ხელშეწყობით.

მონაცემთა შეყვანა. მონაცემების შეყვანა განხორციელდა SPSS-ის ბაზაზე შექმნილ სპეციალური პროგრამის ფორმატში. აღნიშნულ პროგრამას გააჩნია რიგი უპირატესობები, მათ შორის: შეყვანის შეცდომების მნიშვნელოვანი შემცირება (გადასვლები, კოდირების შეცდომები, კითხვების თანმიმდევრობა და ა.შ), დუბლირების ფუნქცია, რომლის საშუალებითაც ავტომატურად მზადდება დუბლირებული შეყვანის შედეგების ანგარიში და შეყვანის ცდომილებების აღბათობა დაყვანილია მინიმუმამდე.

შეყვანის შეცდომების იდენტიფიკაციისა და მონაცემების საიმედოობის უზრუნველყოფის მიზნით მოხდა დუბლირებული შეყვანა. ყოველი ოპერატორისათვის შემთხვევითი პრინციპით შეირჩა შეყვანილი კითხვარების 25% და მოხდა დუბლირება.

ველის კონტროლი. კითხვარების შევსების დროს რესპონდენტები ავსებდნენ წინასწარ შემუშავებულ რეგისტრაციის ფურცელს, რომელიც შემდგომში ეგზავნებოდა განათლების ხარისხის განვითარების ეროვნული ცენტრს და ცენტრთან მოწმდებოდა, ნამდვილად იყო თუ არა რესპონდენტი მობილობის სერვისის მომხმარებელი.

ველის კონტროლი განხორციელდა ველის მიმდინარეობის პროცესში. კოორდინატორი წინასწარ ფლობდა ინფორმაციას, რომელ უნივერსიტეტში მიმდინარეობდა კვლევა. ადგილზე მისვლით და პროცესის კონტროლით ამოწმებდა სრულფასოვნად მიმდინარეობდა თუ არა საველე სამუშაოები.

მონაცემთა გაწმენდა და გამომავალი სტატისტიკური ცხრილების მომზადება - მონაცემთა გაწმენდა მოხდა Syntax პროგრამირების ენით. განხორციელდა მონაცემთა დამუშავება კვლევის ამოცანების გათვალისწინებით და მომზადდა შესაბამისი სტატისტიკური ცხრილები.

თვისებრივი კვლევა

თვისებრივი მონაცემების მოპოვების მიზნით გამოყენებულ იქნა ფოკუს ჯგუფის მეთოდი.

ფოკუს ჯგუფის სახელმძღვანელოს (დანართი #2) გამოყენებით ჩატარდა მოხილვის სერვისით მომხმარებელთა 2 ფოკუს-ჯგუფი, თითოეულ ჯგუფში 10 მონაწილე იყო.

ფოკუს ჯგუფის მონაწილეები იყვნენ რაოდენობრივი კვლევის შედეგად გამოვლენილი აქტიური და გამორჩეული რესპონდენტები. ადგილზე მოხდა მათთან შეთანხმება, თანახმა იყვნენ თუ არა მონაწილეობა მიეღოთ ფოკუს ჯგუფებში. მონაწილეებმა უფრო სიღრმისეულად ისაუბრეს ცენტრის მიერ შეთავაზებული მოხილვის სერვისზე, არსებულ გამოწვევებსა და გაუმჯობესების გზებზე.

ფოკუსირებული ჯგუფური დისკუსია (ფოკუს ჯგუფი) – არის თვისებრივი კვლევის ერთ-ერთი მეთოდი, რომელიც ითვალისწინებს ჯგუფის მოდერატორის მიერ წარმოდგენილი საკითხების ჯგუფურ განხილვას. მოდერატორი ხელს უწყობს საკვლევ საკითხებზე ჯგუფის თითოეული წევრის ინდივიდუალური მოსაზრებების გამოხატვას, ჯგუფის წევრების რეაგირებას ერთმანეთის მიერ გამოთქმულ მოსაზრებებზე და ჯგუფური განხილვის მეთოდით გამოთქმული მოსაზრებების დახვეწას.

ამ მეთოდით მოპოვებულ თვისებრივ მასალას აქვს არა მარტო დამოუკიდებელი ღირებულება, არამედ ის იძლევა კვლევის თვისებრივ ინდიკატორებს, რომელთა სტატისტიკური გაზომვა რაოდენობრივ კვლევაში, სამიზნე სეგმენტების ანალიზის საშუალებას იძლევა.

ჯგუფური დისკუსიის მეთოდი ჯგუფის მონაწილეების გამოცდილებიდან გამომდინარე პრობლემის იდენტიფიკაციასა და მრავალმხრივ მისი დანახვის საშუალებას იძლევა. ჯგუფური დისკუსია საუკეთესო გარემოს ქმნის იმისათვის, რომ თითოეულ საკითხთან დაკავშირებით ჯგუფის წევრებმა გამოთქვან თავიანთი მოსაზრება და განხილვისას გამოჩნდეს პრობლემის ისეთი ასპექტები, რაც ინდივიდუალური ინტერვიუს შემთხვევაში დაფარული რჩება.

დასახული მიზნებისა და საკვლევ საკითხების გათვალისწინებით შემუშავდა ფოკუს ჯგუფის სახელმძღვანელო "გაიდი", რომლის მიხედვითაც ჩატარდება ფოკუს ჯგუფები.

ფოკუს ჯგუფები ჩატარდა სპეციალური ტექნიკით აღჭურვილ ოთახში, სადაც რესპონდენტებთან წინასწარი შეთანხმების საფუძველზე მოხდა ჯგუფური დისკუსიის აუდიო ჩაწერა, მიუხედავად ამისა რესპონდენტთა ანონიმურობა სრულიად დაცული იყო. საკვლევ საკითხების მოცულობიდან/თავისებურებიდან გამომდინარე თითოეული ჯგუფის ხანგრძლივობა 1-საათით განისაზღვრა.

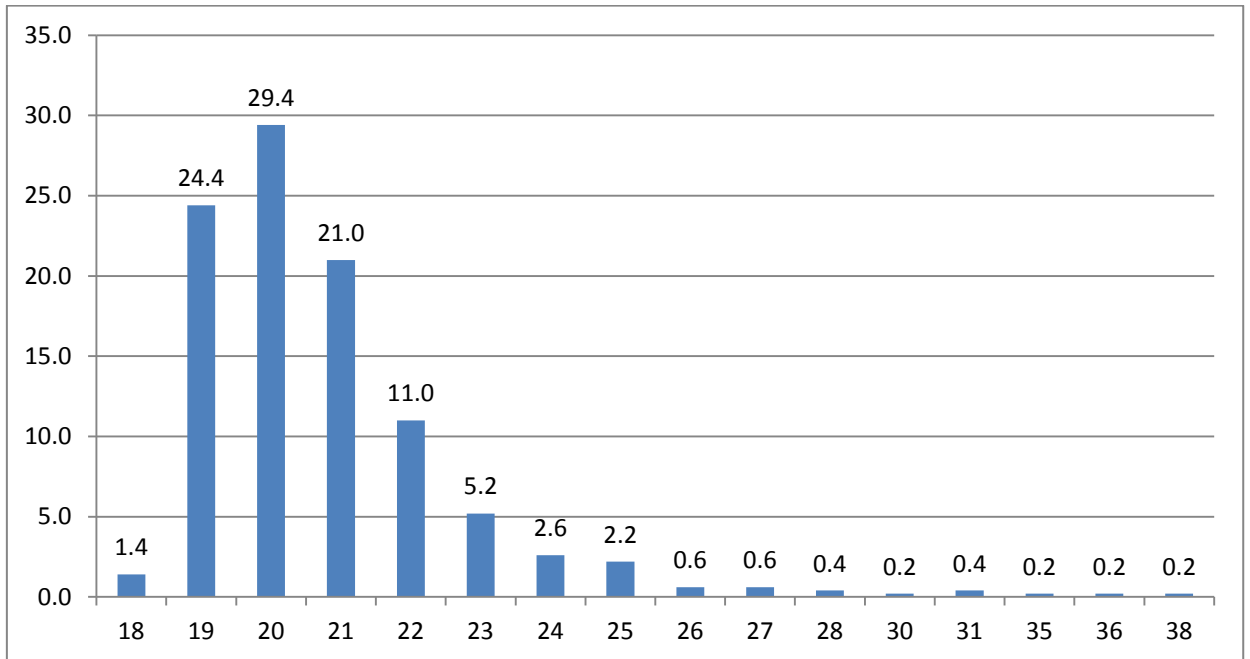
ფოკუს ჯგუფების დასრულების შემდეგ აუდიო ჩანაწერების საშუალებით ჯგუფური დისკუსიების დეტალური ტრანსკრიპტი მომზადდა და გახორციელდა მონაცემთა დამუშავება ძირითადი ტენდენციების თვისებრივი ასპექტების გამოვლენის მიზნით. ამის საფუძველზეც გაკეთდა ფოკუს ჯგუფების ანალიზი.

ზოგადი ინფორმაცია

რაოდენობრივი კვლევის ფარგლებში გამოკითხული მობილობის სერვისის მომხმარებელთა თითქმის 54% ქალია, შესაბამისად კაცებზე 46% მოდის.

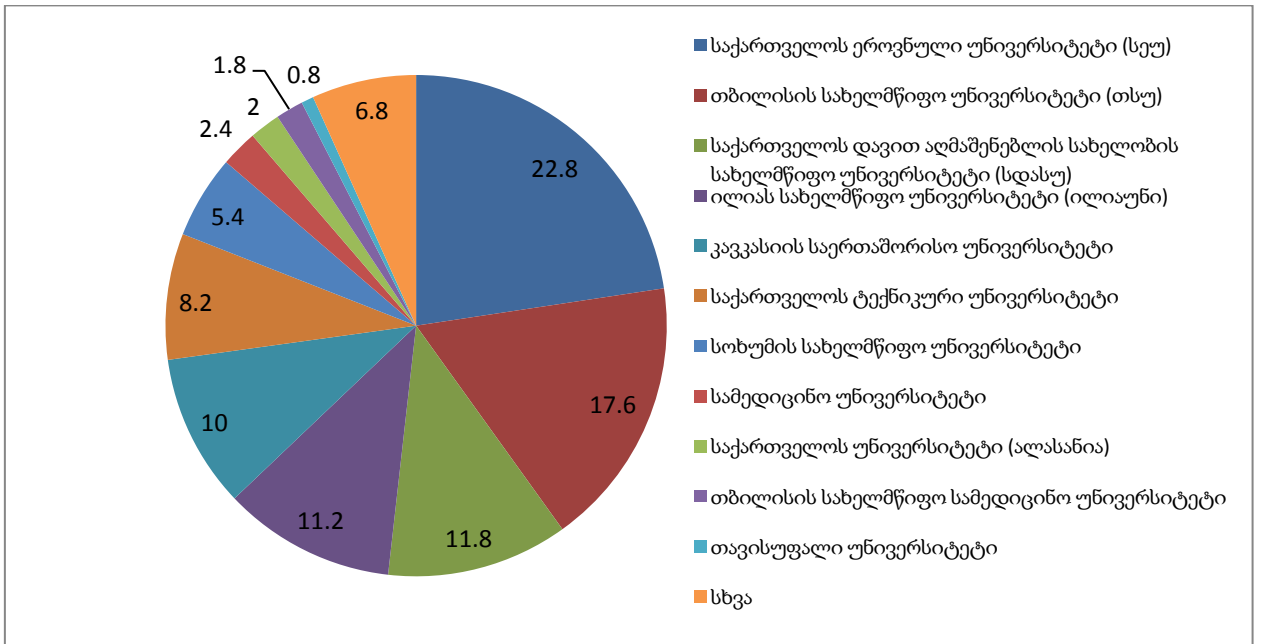
მნიშვნელოვანია, რომ სერვისით სარგებლობა შეუძლია სტუდენტს შესაბამის საფეხურზე სწავლების ერთი წლის შემდეგ, შესაბამისად გასაკვირი არაა, რომ გამოკითხული რესპონდენტების 75% 19, 20, 21 წლის სტუდენტებზე მოდის, 22 წლის არის რესპონდენტების 11%, 23 წლის - 5,2 %.

დიაგრამა #1: მობილობის სერვისით მომხმარებელთა ასაკობრივი სტრუქტურა (%)



აქვე აღსანიშნავია, რომ როგორც შერჩევაში ვახსენეთ, კვლევის შედეგადაც გამოიკვეთა უნივერსიტეტები, რომლებმაც ყველაზე მეტი სტუდენტი მიიღო მობილობის სერვისის შედეგად სასწავლებელში. გამოკითხული რესპონდენტების 22,8% საქართველოს ეროვნულმა უნივერსიტეტმა მიიღო მობილობის შედეგად, 17,6% თბილისის სახელმწიფო უნივერსიტეტმა, დაახლოებით 11/11 % სდასუმ და ილიაუნმა.

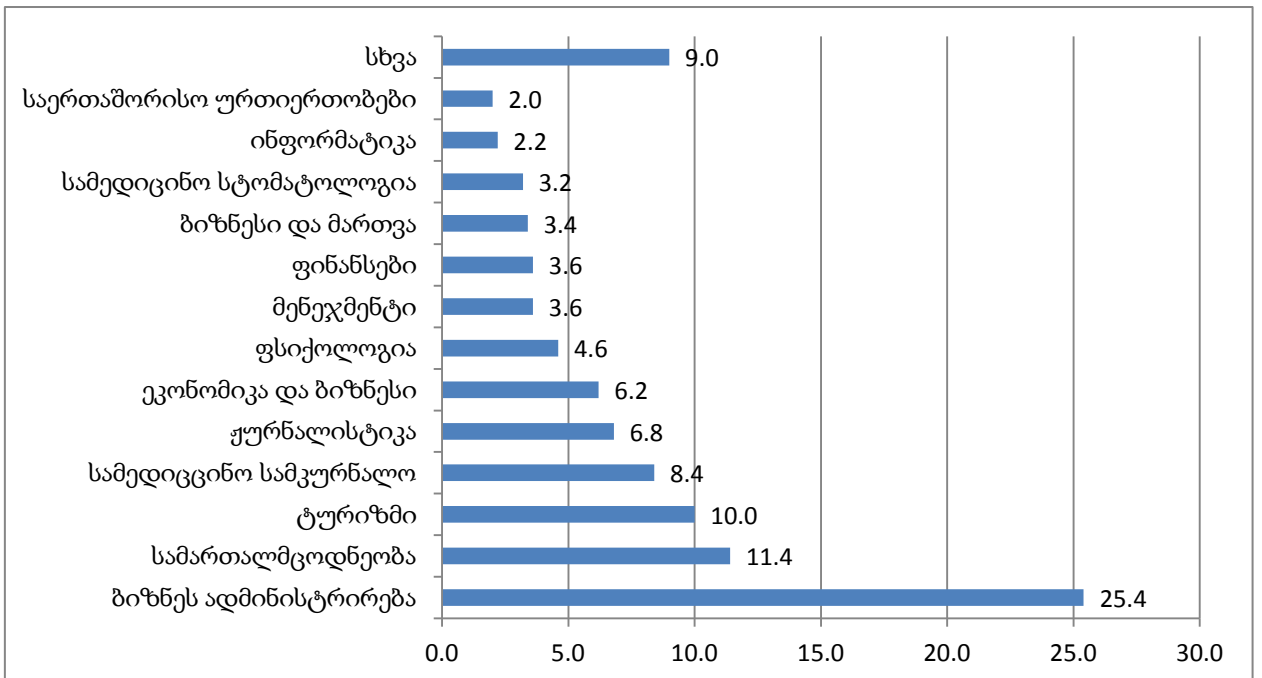
დიაგრამა #2: რესპონდენტთა გადანაწილება მიმღები სასწავლებლების მიხედვით (%)



შესაბამისად შეგვიძლია ვთქვათ, რომ აღნიშნულ უნივერსიტეტებზე ყველაზე მაღალია მოთხოვნა და ისინი უფრო მეტი პოპულარობით სარგებლობენ სხვა უნივერსიტეტებთან შედარებით მობილობის სერვისის მომხმარებელთა მხრიდან.

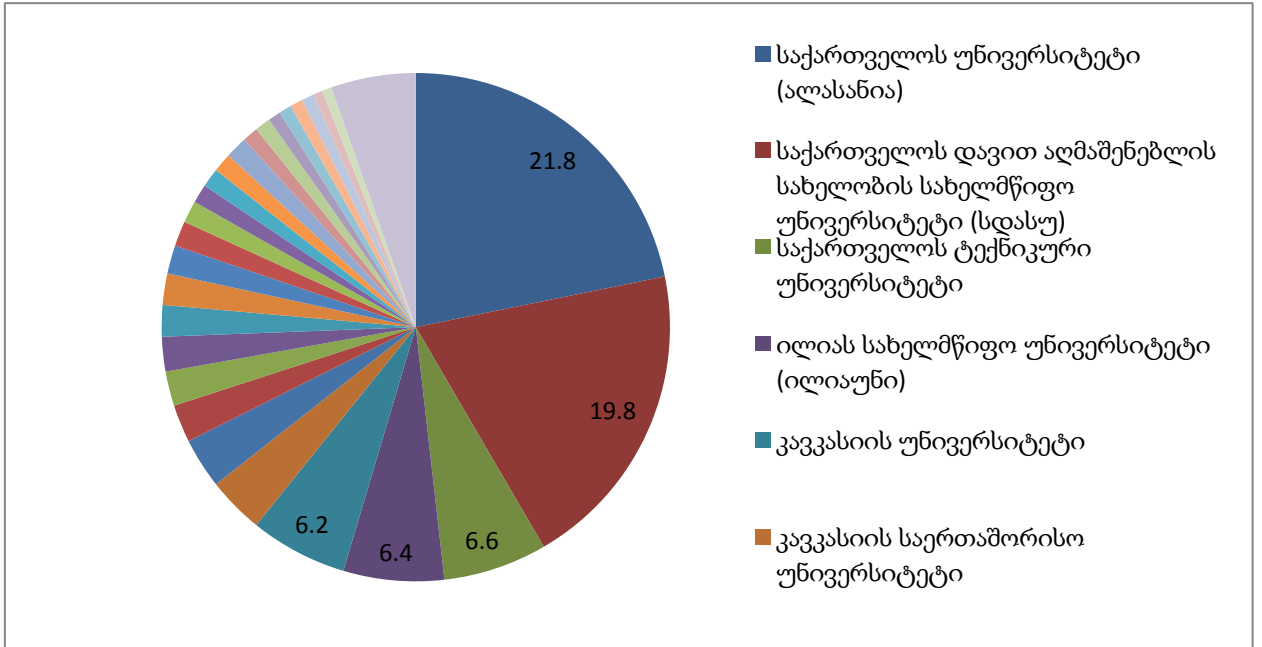
ანალოგიურად გამოიკვეთა ის სასწავლო პროგრამებიც რასაც მობილობის სერვისით მოსარგებლე სტუდენტები ყველაზე ხშირად ირჩევენ. გასაკვირი არაა და ეს ზოგადი ტენდენციაც არის, რომ ბიზნეს ადმინისტრირებაზე ყველაზე დიდია მოთხოვნა 25,4% და მას მოსდევს სამართალმცოდნეობა და ტურიზმი 11,4%, და ჟურნალისტიკა 10%-ით.

დიაგრამა #3: რესპონდენტთა გადანაწილება სასწავლო პროგრამების მიხედვით (%)



მობილობის სერვისით მომხმარებლების ძირითადი ნაწილის დედა სასწავლებელი იყო საქართველოს უნივერსიტეტი (ალასანია) 21,8%-ისთვის, საქართველოს დავით აღმაშენებლის სახელობის სახელმწიფო უნივერსიტეტი (სდასუ) - 19,8% და საქართველოს ტექნიკური უნივერსიტეტი - 6,6%.

დიაგრამა #4: რესპონდენტთა გადანაწილება დედა სასწავლებლების მიხედვით (%)



სასწავლო პროგრამებიც დედა სასწავლებელში ლოგიკურად გადანაწილდა: ბიზნეს ადმინისტრირებაზე სწავლობდა გამოკითხულ სტუდენტთა 17,8%, ტურიზმზე - 11,2%, სამართალმცოდნეობაზე - 10,6%.

შესაბამისად, შეგვიძლია დავასკვნათ რომ სტუდენტი მობილობის სერვისის მოხმარებისას, უფრო ხშირად იცვლიან სასწავლებელს და არა სასწავლო პროგრამას. ამას ადასტურებს განხორციელებული ფოკუს ჯგუფის შედეგებიც. მონაწილეები ძირითადად ამბობენ, რომ მათ მობილობის შედეგად შეიცვალეს უმაღლესი სასწავლებელი და გადავიდნენ სხვა უნივერსიტეტში თუმცა აირჩიეს იგივე სასწავლო პროგრამა. ამის მიზეზებად ფოკუს ჯგუფის მონაწილეები ძირითადად ასახელებენ შემდეგს:

”შევიცვალე უნივერსიტეტი. მიზეზი რატომაც გადავედი, გულწრფელი ვიქნები და დედა სასწავლებლის სწავლის ხარისხი და ჩემი მონდომება არ შეესაბამებოდა ერთმანეთს, ამიტომ მომიწია მობილობის გაკეთება...”

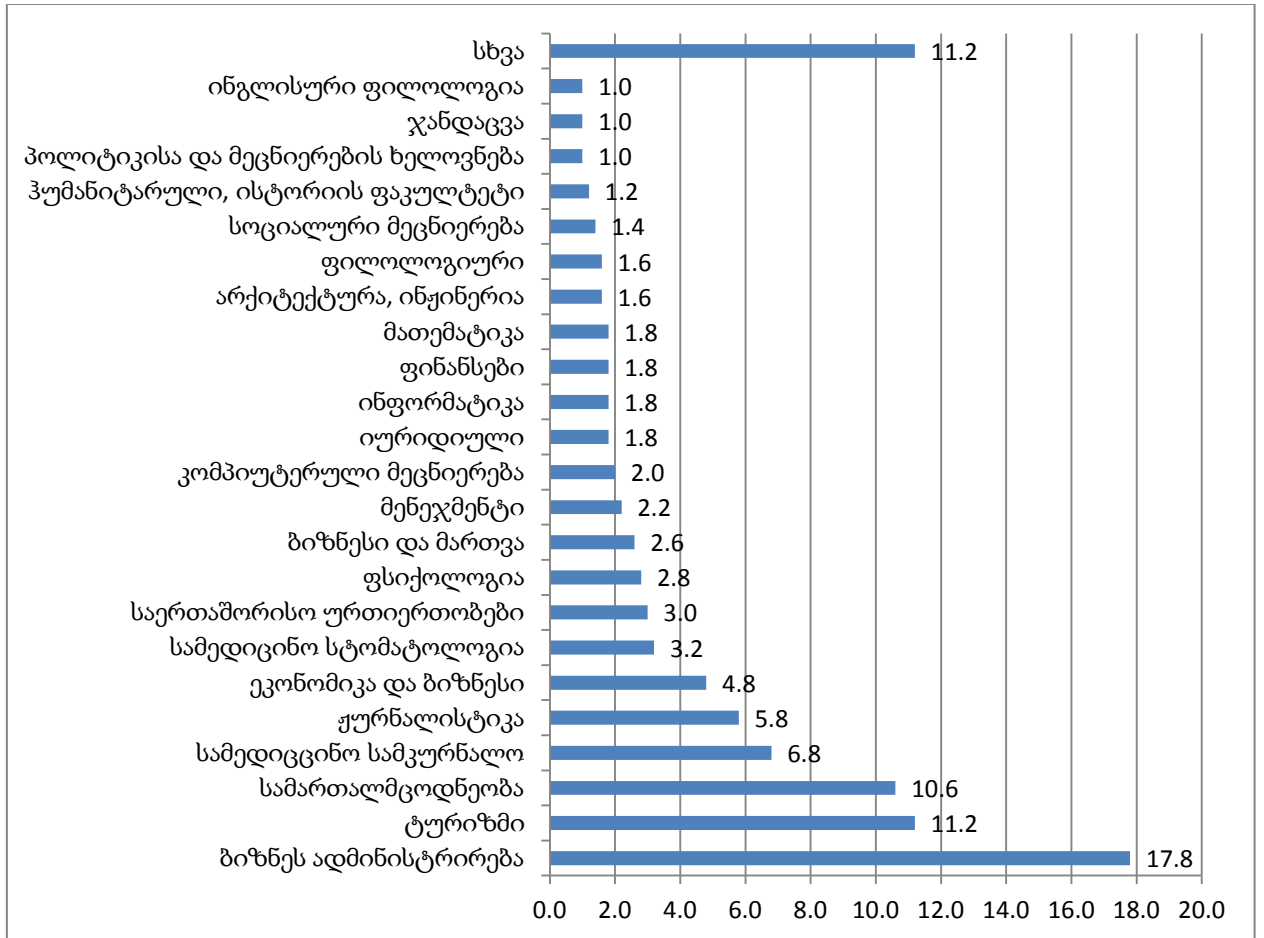
”რამ გამოიწვია უნივერსიტეტის შეცვლა?! ალბათ იმან რომ სიტუაცია არ მომწონდა. სწავლის ხარისხს და ზოგადად გარემოს ვგულისხმობ. გადმოვედი სხვა უნივერსიტეტში და მომწონს საკმაოდ კარგი უნივერსიტეტია.”

”იმიტომ რომ ლექტორები ნაკლებად მომწონდა.”

”უნივერსიტეტს ვერ შეაფასებ სანამ იქ სწავლას არ დაიწყებ, ლექციებს არ დაესწრები. წინასწარ შეუძლებელია ამის შეფასება, როდესაც სასწავლებელს ირჩევ. ამიტომ ვფიქრობ კარგია, რომ არსებობს მობილობის შესაძლებლობა”.

თუმცა არის შემთხვევები, როდესაც სტუდენტები შიდა მოზილობას ახორციელებენ, იცვლიან სასწავლო პროგრამას და რჩებიან იმავე უნივერსიტეტში.

დიაგრამა #5: საგანმანათლებლო პროგრამა დედა სასწავლებელში (%)



აქვე აღსანიშნავია, რომ მოზილობის სერვისით მოსარგებლე სტუდენტების აბსოლუტური უმეტესობა 97,8% ბაკალავრიატის საფეხურზე მყოფი სტუდენტები არიან. რესპონდენტების 85% დედა სასწავლებელში ჩაირიცხა 2012, 2013, 2014 წლებში. ამ წლებში ტენდენციურად მოზილობის სერვისზე მოთხოვნა მატულობს და უფრო მეტი სტუდენტი სარგებლობს აღნიშნული შესაძლებლობით. ჩარიცხვის მე-2 წელს გამოკითხული სტუდენტთა 44%-მა განახორციელა მოზილობა.

რესპონდენტების 90%-მა ერთხელ მიიღო მონაწილეობა მოზილობის სერვისში, დანარჩენმა 2-ჯერ და სულ 6-მა 3-ჯერ ისარგებლა მოზილობის სერვისით.

უარყოფითი შედეგი მოზილობაში მიიღო მხოლოდ 12-მა რესპონდენტმა, რაც სულ გამოკითხული რესპონდენტების 2,4%-ია და ძალიან დაბალი მაჩვენებელია. აღნიშნული მიუთითებს პროგრამის ხელმისაწვდომობაზე მსურველთათვის.

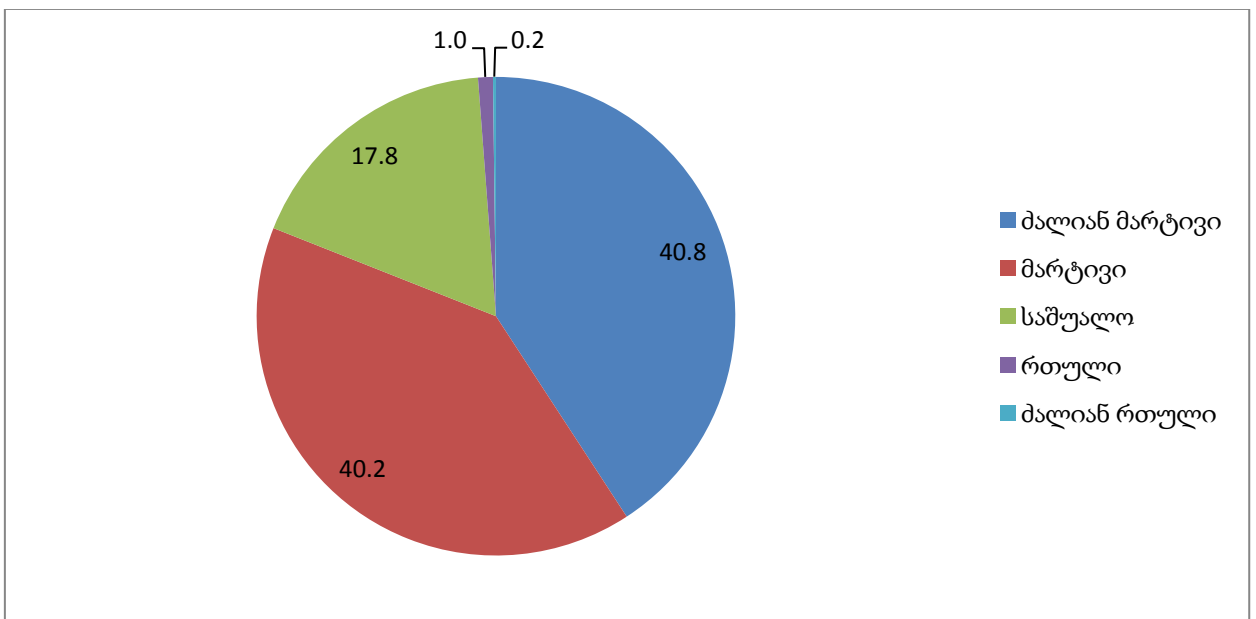
იმ სტუდენტების აზრით, ვინც ერთხელ მაინც მიიღო უარყოფითი შედეგი სერვისის მოხმარებისას ამის მიზეზი არის: (1) დაწესებულების უარი წინაპირობის (გამოცდა/ტესტი/გასაუბრება) დაუკმაყოფილებლობის გამო; (2) ცენტრის უარი მოზილობით ჩარიცხვაზე და (3) უარყოფითი პასუხი პორტალზე.

მობილობის სერვისის პროცესის შეფასება

მობილობის პროცესის გავლისას რესპონდენტების 92,8%-ს მითითებული აქვს პირადი მობილურის ნომერი, 5,4%-ს ელექტრონული ფოსტა. რაც მიუთითებს იმაზე რომ კომუნიკაციისთვის ახალგაზრდებისთვის ყველაზე ხელმისაწვდომი მობილური ტელეფონია და შედარებით ნაკლებისთვის ელექტრონული ფოსტა.

მობილობის პროცესის შეფასებისას გამოკითხული სტუდენტების 40,8%-მა პროცესი შეაფასა, როგორც ძალიან მარტივი, 40,2%-მა როგორც მარტივი და მხოლოდ 1%-მა და 0,2%-მა მობილობის პროცესს მისცა რთულის შეფასება. აღნიშნული კიდევ ერთხელ ხაზს უსვამს პროცედურული საკითხების მოქნილობას და ადვილად ადმინისტრირებას მომხმარებლის მხრიდან.

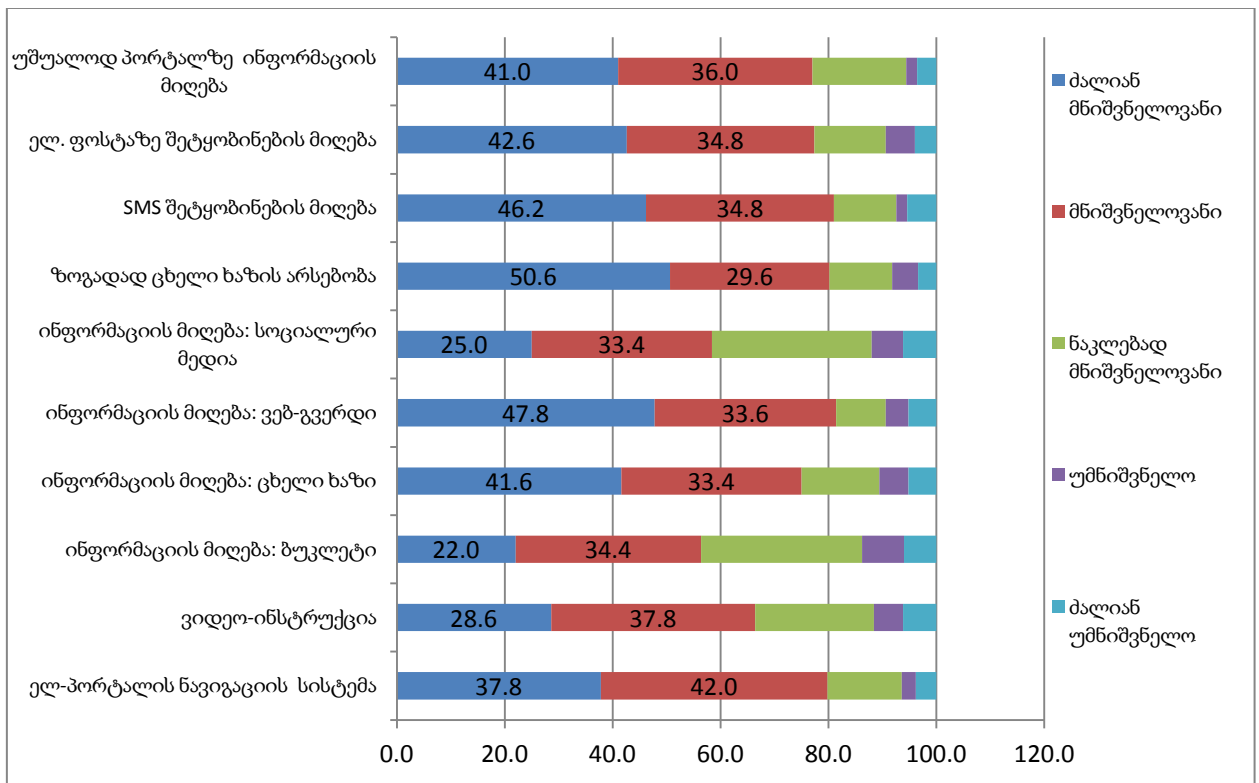
დიაგრამა #6: მობილობის პროცესის შეფასება (%)



რესპონდენტებს ეთხოვათ შეეფასებინათ სხვადასხვა ფაქტორები მნიშვნელობის მიხედვით მობილობის პროცესის გავლისას. გამოკითხული სტუდენტებიდან ზოგადად ცხელი ხაზის არსებობას (50,6%), ინფორმაციის მიღებას: ვებ-გვერდს (47,8%) და SMS შეტყობინების მიღებას (46,2%) ყველაზე დიდი მნიშვნელობა მიანიჭეს. ყველაზე ნაკლებად მნიშვნელოვნად განისაზღვრა ინფორმაციის მიღება: ბუკლეტით, სოციალური მედიით და ვიდეო ინსტრუქციით.

ამის გათვალისწინებით, განათლების ხარისხის განვითარების ცენტრმა მეტი რესურსი და ძალისხმევა უნდა დაუთმოს ცხელი ხაზის, ვებ-გვერდის და SMS შეტყობინებებით ინფორმაციის გავრცელების გზების გაძლიერებას და შეიძლება საერთოდ უარი თქვას ბუკლეტების გამოყენებაზე ამ მიზნით.

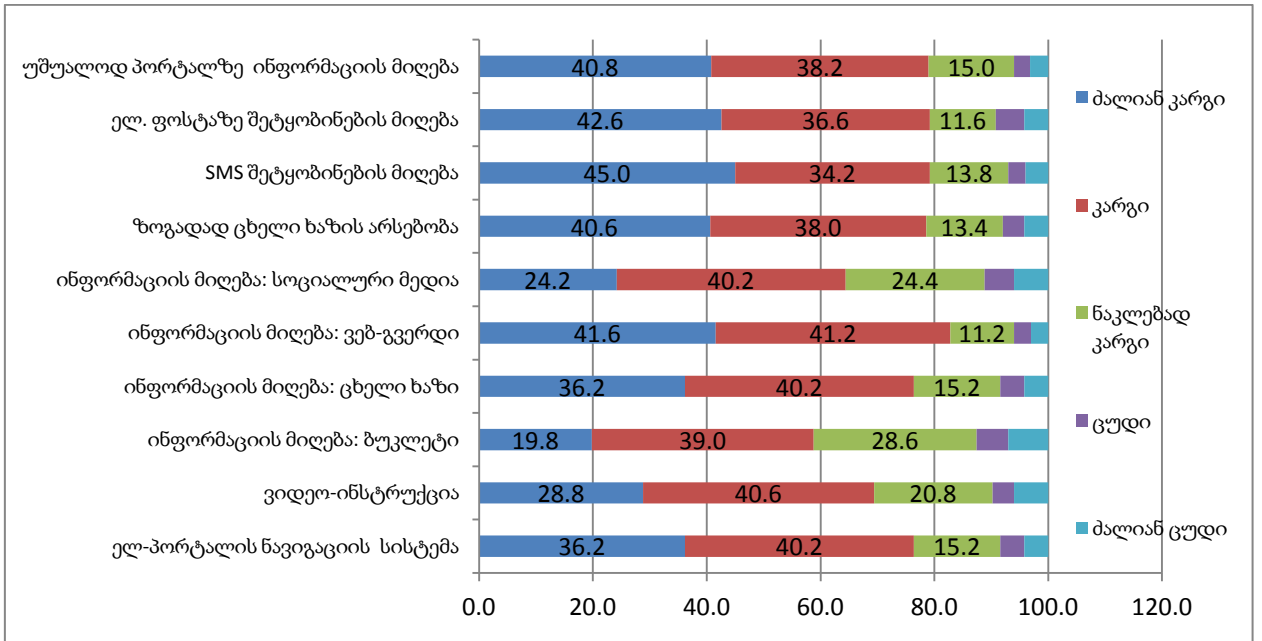
დიაგრამა #7: ფაქტორების მნიშვნელობა მობილობის პროცესის გავლის თვალსაზრისით (%)



ასევე რესპონდენტებმა შეაფასეს ყველა ის ფაქტორი, რომლითაც ისარგებლა მობილობის პროცესის დროს. ყველაზე კარგი შეფასება მიიღო SMS შეტყობინების მიღებამ (45%), ელექტრონულ ფოსტაზე შეტყობინების მიღებამ (42,6%), ინფორმაციის მიღებამ ვებ-გვერდის მეშვეობით (41,6%), უშუალოდ პორტალზე ინფორმაციის მიღებამ (40,8%) და ცხელი ხაზის არსებობამ (40,6%). შედარებით ყველაზე ნეგატიური შეფასება მიიღო ბუკლეტებმა, ვიდეო ინსტრუქციამ და სოციალურმა მედიამ.

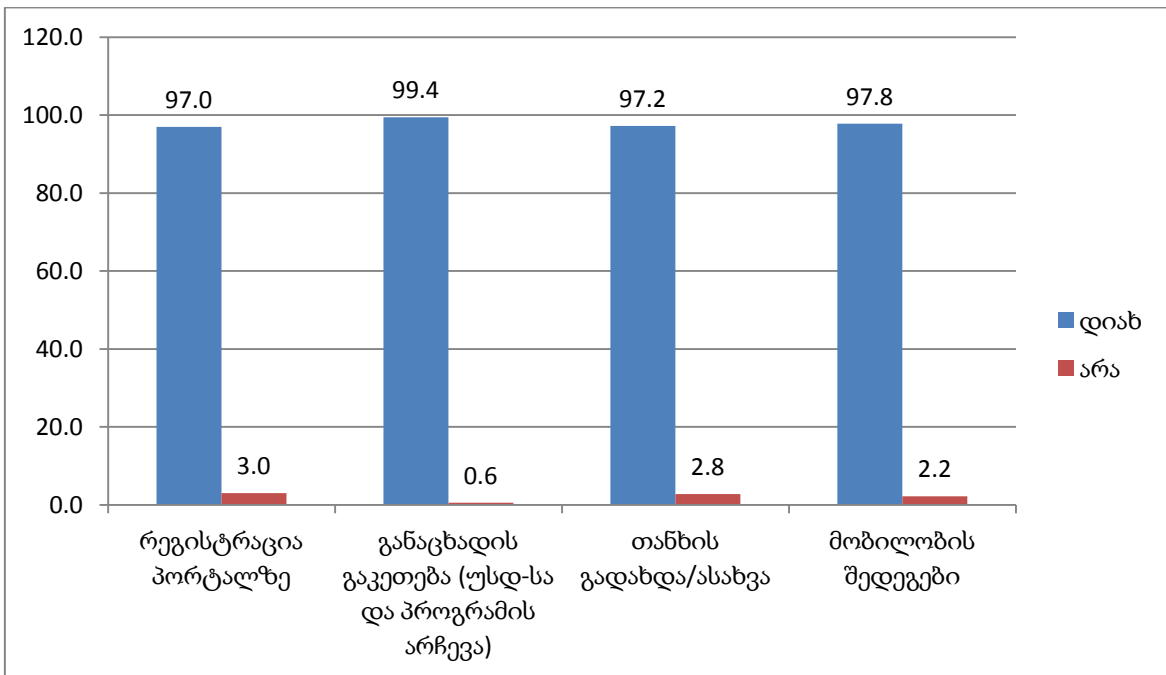
შეგვიძლია ვთქვათ, რომ რესპონდენტებმა ნეგატიურად შეაფასეს არა უშუალოდ ზემოთხსენებული ფაქტორები, არამედ ამ ფაქტორებს დიაგრამა #7-შიც ჩანს რომ ნაკლებ მნიშვნელობა მიანიჭეს და შესაბამისად შეფასების დროსაც ნაკლები ხარისხის შეფასება მისცეს.

დიაგრამა #8: ფაქტორების შეფასება, რომლითაც ისარგებლეს რესპონდენტებმა მოზილობის პროცესის დროს (%)



მოზილობის პროცესის გავლისას რესპონდენტებმა შეაფასეს იყო თუ არა ხარვეზები სხვადასხვა ეტაპზე. გამოკითხულთა მხოლოდ 3% თვლის რომ ხარვეზები იყო რეგისტრაციის დროს, 2,8% თვლის, რომ თანხის გადახდა / ასახვის დროს, 2,2%-ის აზრით მოზილობის შედეგების დროს. კიდევ ერთხელ უნდა ხაზი გავუსვათ, რომ აღნიშნული მაჩვენებელი ძალიან დაბალია და ჯამში აბსოლუტური უმეტესობა თვლის რომ მოზილობის პროცესის დროს არანაირი ხარვეზი არ ყოფილა.

დიაგრამა #9: მოზილობის პროცესის გავლისას ქვემოთ ჩამოთვლილ ეტაპებზე იყო თუ არა ხარვეზი?



გამოკითხულ სტუდენტთა შორის მხოლოდ 3% თვლის რომ ხარვეზები იყო და ისინი დაკავშირებული იყო: გაუმართავი რეგისტრაციის პორტალთან/რეგისტრაციის დროს გადატვირთულობასთან, ასევე მათი აზრით შედეგების გამოქვეყნება ვადებში არ ხდება, ხდება მონაცემების დუბლირება და ორაზროვანი არის ინსტრუქცია.

ფოკუს ჯგუფის მონაწილეებიც ადასტურებენ, რომ ხარვეზები მობილობის პროცესში თითქმის არ იყო. თუმცა რამოდენიმე მონაწილემ აღნიშნა ის ფაქტი რომ რეგისტრაციის შემდეგ კონკურენცია იმატებს კონკრეტული უნივერსიტეტებისთვის და სკალირებული ქულაც იზრდება შესაბამისად. ამიტომ შეიძლება მომხმარებელი ვერ მოხვდეს მისთვის სასურველ უნივერსიტეტში.

ფოკუს ჯგუფის მონაწილეების შეფასებები მობილობის პროცესის დროს:

”ხარვეზები რავი, ნაკლებად იყო.”

”ჩემი აზრით, ხარვეზი ის იყო რომ პროცესში მოიმატა კონკურენციამ ძალიან. ოდნავ მაინც რომ მომატებულიყო კიდევ კმაყოფილი ვიქნებოდი. დავუშვათ თავდაპირველად სკალირებული ქულა იყო 1900 და ილია ჩავწერე, მინდოდა მანდ მოვხვედრილიყავი. ჩემი სკალირებული ქულა იყო 2000 და ბოლოს იმდენად მოიმატა, რომ გამსვლელი სკალირებული ქულა 3000 იყო და მაგიტომ ვფიქრობ რომ პროცესში იმდენად მოიმატა რომ არარეალური იყო.”

”კონკურენცია გაიზარდა პროცესში, სხვა ადამიანები ჩაერთვნენ, მაგრამ ზედმეტი იყო ჩემი აზრით, არ მქონდა გათვლილი. გამიმართლა კიდევ კარგი მე-4-ზე მაინც რომ მოვხვდი. შეიძლება საერთოდ არ მოვხვედრილიყავი მაგ ხარვეზის გამო.”

”არჩევსას არის ცუდი ის, რომ პრიორიტეტი უნდა ავწიოთ, თუ ვერ ვლახავთ სკალირებული ქულით ამ ფაკულტეტს. ვერ ვხვდებოდით თავიდან და ჩვენ თვითონ რომ უნდა ავწიოთ პრიორიტეტი. ბოლოს შეიძლება იმდენად აიწიოს ვეღარ მიხვდე.”

”ბოლოს ისე უაზროდ ხტება ხოლმე ეს ქულა, დავუშვათ 200 ქულა გაქვს შენ სკალირებული, მაგალითად შარშან წინ რომ გავაკეთე მობილობა პროცესი დასრულდა 6 საათზე. იყო მითითებული 1990 ქულა, მაგრამ მორჩენის მერე ქულა ძალიან ავარდა.”

”მანამდეც ხო ემატება სტუდენტები და ხარვეზია რა. ჯამში ერთად შეიძლება აისახოს ძალიან ბევრი.”

ფოკუს ჯგუფის მონაწილეების აზრით ასევე ხარვეზად შეიძლება ჩაითვალოს პრიორიტეტული უნივერსიტეტების ცვლილება და პრიორიტეტებზე მომხმარებელთა გადანაწილება.

”აი რა არის ხარვეზი იცით, 4 უნივერსიტეტს ერთად ხომ ვირჩევ, პრიორიტეტული არის შენთვის 1-ლი უნივერსიტეტი რომელიც აირჩიე, შესაბამისად უფრო დიდი კონკურენციაა ვიდრე მე-4 არჩეულში. ისე შეიძლება მოხდეს რომ 1-ლმა უკან გადაინაცვლოს კონკურენციით და მე-4 პირველ ადგილზე იყოს. წინასწარ ვერ საზღვრავ, რა როგორ აირჩიო და რა როგორ დააღაგო. არ იცი რომელი უფრო მოთხოვნადი იქნება დასრულების შემდეგ.”

”პრიორიტეტზეა გათვლილი, დაუშვათ 10 ადგილი არის და შენ გამსვლელზე მეტი ქულა გაქვს, ვიღაცას ვისაც პირველი უწერია ისინი ხვდებიან და არა შენ. აი მაგის გამო ვერ

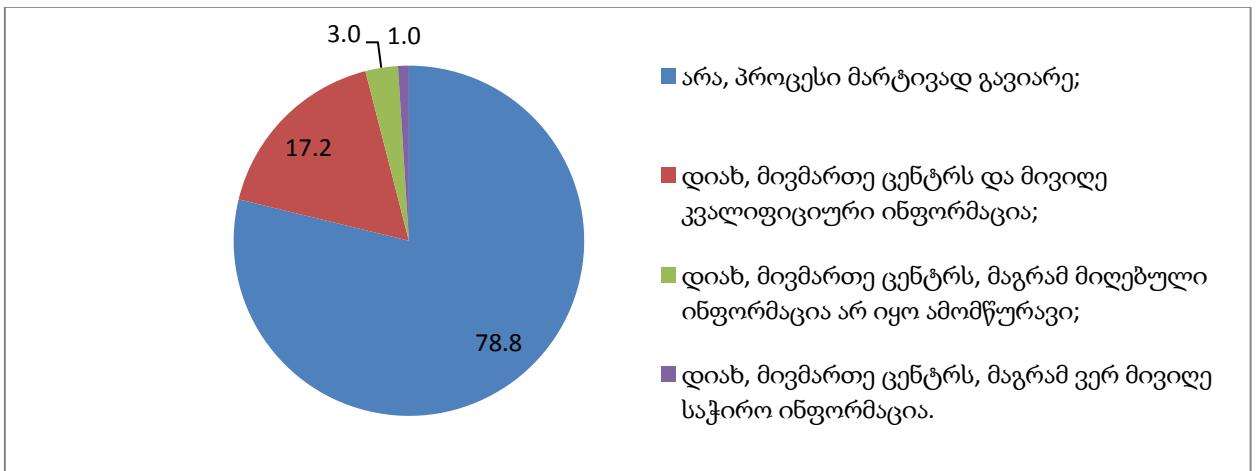
მოხვდი პირველად მობილობაზე. აი ეგ აქვს ძალიან ცუდი, შენ შეიძლება გქონდეს 2000 ქულა, პირველი გეწეროს ის უნივერსიტეტი რაც გინდა, მეორე სხვა და შეიძლება მეორეში ვერ მოხვდე. იმიტომ რომ ვიღაცას პირველი უწერია ის.”

ფოკუს ჯგუფის მონაწილეებმა ერთერთ ხარვეზად დაასახელეს მობილობის შედეგად სასწავლო წლის დაკარგვაც:

”ეხლა გამახსენდა ყველაზე დიდი ხარვეზი რაც იყო. ვიყავი მე-3 კურსზე ნუ ჩემი კრედიტების რაოდენობიდან გამომდინარე უნდა მოვხვედრილიყავი მე-2 კურსზე, ძრითადად იყო 1-ელ კურსზე ადგილები. იშვიათად შეგხვდებოდა მე-2 ან მე-3 კურსზე. ავტომატურად 1-ელ კურსზე გიწევდა დაჯდომა შენი კრედიტების მიუხედავად. აი ჩემი მეგობარი მაგალითად, გადმოვიდა 80 კრედიტი ქონდა და მაინც 1-ელ კურსზე მოუწია დაჯდომა, იმიტომ რომ მხოლოდ იქ იყო ადგილები. მე-4 კურსზე რომ ხარ და გადასვლა გინდა პირველ კურსზე რატომ უნდა დაჯდე?!”

რესპონდენტების თითქმის 79%-ს ელ-პორტალზე მობილობის პროცესის გავლისას არ დასჭირვებია კონსულტაციის მიღება ცენტრისგან და პროცესი მარტივად გაიარა, 21%-მა მიმართა კონსულტაციისთვის ცენტრს და 17%-მა მიიღო კვალიფიციური ინფორმაცია ცენტრისგან, მხოლოდ 1% თვლის რომ ვერ მიიღო საჭირო ინფორმაცია ცენტრისგან.

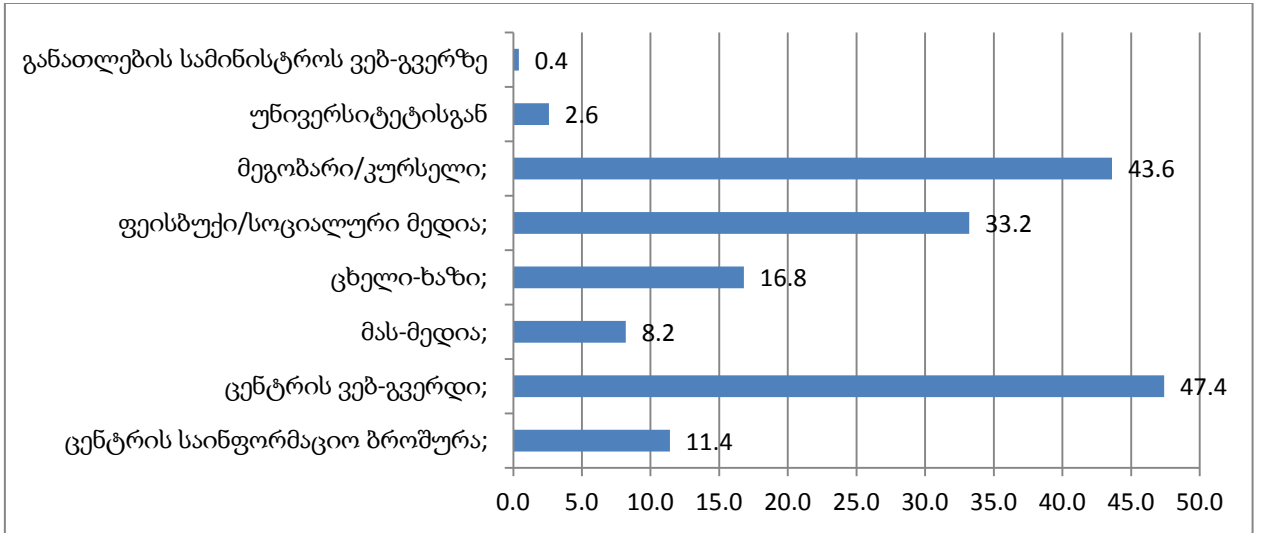
დიაგრამა #10: ელ-პორტალზე მობილობის პროცესის გავლისას დაგჭირდათ თუ არა კონსულტაციის მიღება ცენტრისგან?



გამოკითხულმა სტუდენტებმა ასევე შეაფასეს მობილობის ცხელი ხაზის მომსახურება, ჯამში 89% რესპონდენტებისა მეტნაკლებად კმაყოფილია ცხელი ხაზის მომსახურებით და მხოლოდ 11% არის უკმაყოფილო.

ასევე სტუდენტები ძირითადად ინფორმაციას იღებენ ცენტრის ვებ-გვერდიდან (47,4%), მეგობრებისგან/კურსელებისგან (43,6%) და ფეისბუქით სოციალური მედიით (33,2%).

დიაგრამა #11: ინფორმაციის მიღების წყაროები



აქვე აღსანიშნავია, რომ მომხმარებელთა 92%-ს მონაწილეობა არ მიუღია ცენტრის მიერ ორგანიზებულ ღია კარის დღეებში. აქედან უმეტესობისთვის სასარგებლო იყო და მიიღო ამომწურავი ინფორმაცია ღია კარის დღეზე.

ფოკუს ჯგუფის მონაწილეებმაც ხაზი გაუსვეს ღია კარის დღეების ჩატარების მნიშვნელობას PR მიზნებისთვის, თუმცა ისინი საუბრობდნენ რომ ასეთი დღეები უმჯობესია ჩატარდეს უშუალოდ უნივერსიტეტებში და არა ცენტრში. უფრო ადვილი რომ იყოს სტუდენტისთვის საინფორმაციო შეხვედრებში მონაწილეობა.

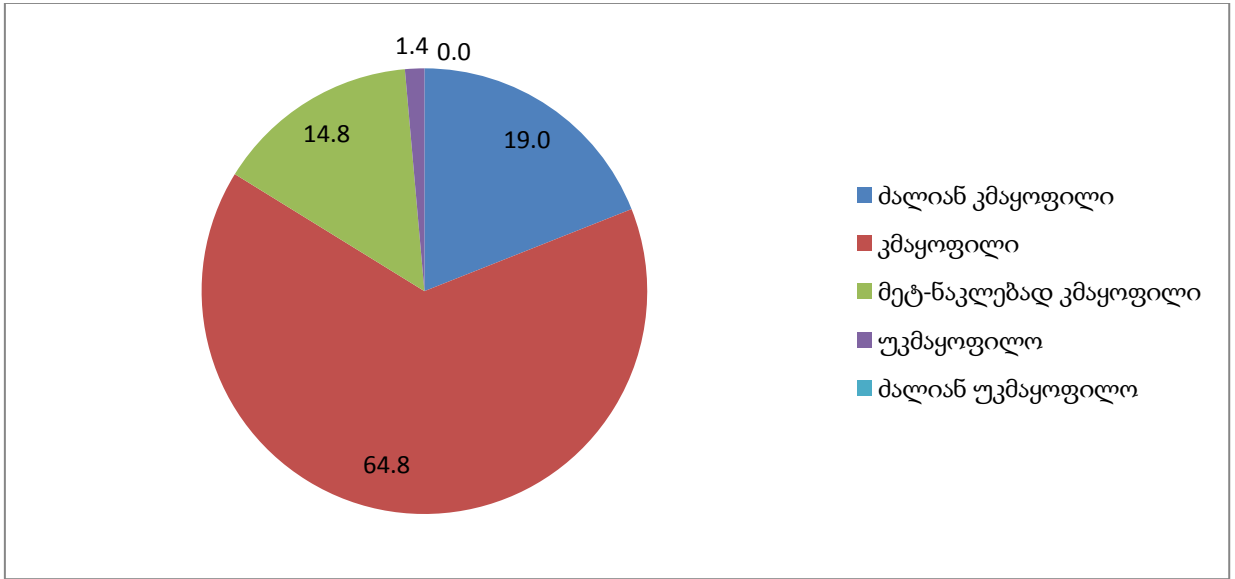
“PR უნდა გააძლიერონ პირველ რიგში. უნივერსიტეტებში რომ გაავრცელონ ინფორმაცია, რომ არსებობს ეს შესაძლებლობა, აქვთ ასეთი ვებ-გვერდი. ან ღია კარის დღეების ტიპის საინფორმაციო შეხვედრები ჩაატარონ უნივერსიტეტებში.”

“ღია კარის დღეებს შეიძლება ატარებენ, მაგრამ არავინ მიდის. უფრო აქტიური PR სჭირდებათ. უნივერსიტეტებში უნდა იარონ. უნივერსიტეტებში უნდა ჩაატარონ ღია კარის დღეები.”

“არა რომელიღაც ერთ კონკრეტულ უნივერსიტეტებში ჩაატარონ შეხვედრა, ეგ უკვე მიკერძოებულია. ყველგან უნდა მივიდნენ და ყველგან უნდა თქვან რომ აი ჩვენ ვართ ისინი რომლებიც ამ მობილობას ვახორციელებთ და მოგვმართეთ ჩვენ.”

რესპონდენტებს ასევე შევაფასებინეთ საერთო კმაყოფილება მობილობის სერვისის მოხმარებისას, გამოკითხულთა 64,8 % კმაყოფილია აღნიშნული სერვისის სარგებლობით, 19% ძალიან კმაყოფილია და მხოლოდ 1,4% არის მომსახურებით უკმაყოფილო.

დიაგრამა #12: საერთო კმაყოფილების შეფასება მობილობის მთლიანი პროცესით (%)



მობილობის სერვისის კვლევის შედეგად დადგინდა, რომ სტუდენტებისთვის კარგი შესაძლებლობაა იმისათვის, რომ ისწავლონ იმ უმაღლეს სასწავლებლებში, რომელიც მათი აზრით მეტად შეესაბამება მათი ხარისხის მოთხოვნებს და შესაძლებლობებს. განსაკუთრებით იმ შემთხვევაში, თუ ერთიანი ეროვნული გამოცდების შედეგად ვერ მოხვდნენ იქ სადაც ყველაზე მეტად უნდოდათ.

მობილობის პროცესის გაუმჯობესების გზები

როგორც რაოდენობრივი, ასევე თვისებრივი კვლევის შედეგად გამოკითხული მობილობის სერვისის მომხმარებლები ასახელებდნენ სერვისის გაუმჯობესების მათეულ გზებს და რჩევებს.

რაოდენობრივი კვლევის შედეგად დასმული იყო ღია კითხვა: თქვენი აზრით, რა უნდა შეიცვალოს მობილობის პროცესის გაუმჯობესებისათვის? რესპონდენტების პასუხები კი ასე გადანაწილდა:

ცხრილი #1: მობილობის პროცესის გაუმჯობესების გზები

მობილობის პროცესის გაუმჯობესების გზები	რაოდენობა
ცხელი ხაზი არ უნდა იყოს გადატვირთული და უნდა ქონდეს ამომწურავი პასუხი	34
ფეისბუქ გვერდზე მეტი აქტიურობა და სიახლეების დადება, მას-მედიით გაშუქება	16
რეგისტრაციის დროს ხარვეზების აღმოფხვრა	15
დროულად იყოს მიწოდებული ინფორმაცია სტუდენტებისათვის შედეგებზე	13
რეგისტრაციის დროს გადასახადი არ უნდა იყოს	9
ცხრილის გვიანი დადება რის გამოც ცდება ლექციები	7
სმს შეტყობინება დროულად უნდა გაეგზავნოს სტუდენტს	5
ბევრ უნივერსიტეტს უნდა ააწეონ ბარიერი, რათა სტუდენტებს უფრო მეტი უნივერსიტეტის აწევის შესაძლებლობა ქონდეს	5
უნივერსიტეტებს შორის დოკუმენტების დროულად გაგზავნა	5
გადასახადთან დაკავშირებული პრობლემები	4
სტუდენტების მეტი ინფორმირებულობა	4
ონლაინ კონსულტაციების დამატება	3
მობილობის პროცედურების გამარტივება	3
მობილობის გამო კურსი არ იკარგებოდეს.	3
ოპერატიულობა და ოპერატორები ნუ იქნებიან აგრესიულები	3
პრიორიტეტების ცვლილებები	3
საგნების არჩევის, კრედიტების ჩათვლის და სწავლის გაგრძელებაზე უფრო მეტი და გასაგები ინფორმაცია	3
მობილობის შედეგები სწრაფად იქნეს ცნობილი	2
საიტი უნდა გაუმჯობესდეს, რათა აღარ გაჭედოს როცა არის ბევრი მომხმარებელი.	2
სრუქტურა არის შესაცვლელი	1
ყველა უნივერსიტეტს სასურველია, რომ განსაზღვრული დრო ქონდეს მობილობისთვის	1
როდესაც გადადიხარ უფასო ფაკულტეტიდან, უფასო ფაკულტეტზე, გადასახადი არ უნდა იყოს	1
სასწავლებლებსა და ცენტრს შორის კოორდინირებული მუშაობა	1
გარე მობილობის გამოყენება უნდა მოხდეს მეორე სემესტრიდან	1
შიდა და გარე მობილობის გამიჯვნა, რადგანაც ხშირად იწვევს გაურკვევლობას	1
გათვალისწინებული იქნეს სტუდენტთა მოთხოვნები და სიას დაემატოს უნივერსიტეტები	1
მეტი შეიტყონ სტუდენტებმა საკუთარი უფლებების შესახებ	1
გაუმჯობესდეს კრედიტების აღიარების პროცესი	1

სტუდენტთა უმრავლესობა ხაზს უსვამდა ცხელი ხაზის მნიშვნელობას და გამართვას ამომწურავი ინფორმაციის მიწოდების მიზნით. მათი აზრით ოპერატორები უნდა იყვნენ ძალიან კომპეტენტურები და ამომწურავ პასუხებს იძლეოდნენ მოზილობასთან დაკავშირებულ ყველა საკითხზე.

ასევე მოზილობის პროცესის გასაუმჯობესებლად განსაკუთრებული აქცენტი გაკეთდა PR ინსტრუმენტების გაძლიერებაზე: ფეისბუქ გვერდის და მედიის მეტ ჩართულობაზე ინფორმაციის გასავრცელებლად.

ასევე მნიშვნელოვანი ნაწილი სტუდენტებისა თვლის რომ მოზილობის განსახორციელებლად არ უნდა იყოს გადასახდელი რეგისტრაციის მოსაკრებელი, რომელიც ობიექტური შეფასებით არ წარმოადგენს დიდ თანხას და არ უნდა იყოს ტვირთი და ხელისშემშლელი ბარიერი სტუდენტისთვის მოზილობის განსახორციელებლად.

აქვე აღსანიშნავია, რომ ახალგაზრდები ძალიან მიკერძოებულები არიან ხარვეზების შეფასებისას და სერვისის გაუმჯობესების გზების შეთავაზებისას, თითოეული საკუთარი ინდივიდუალური გადმოსახედიდან აფასებს მომსახურებას, თუმცა ჯამში საინტერესო სურათს ასახავს.

თვისებრივი კვლევის დროსაც განსაკუთრებული ყურადღება დაეთმო მოზილობის სერვისის გაუმჯობესების გზებზე მსჯელობას.

მონაწილეთა დიდი ნაწილი თვლის რომ გასაუმჯობესებელი და გასაძლიერებელია PR და ინფორმაციის გავრცელების ინსტრუმენტები. ძირითადი ნაწილი ასახელებს, რომ ინფორმაცია ამ შესაძლებლობის შესახებ ახლობლებისგან და ნაცნობებისგან შეიტყვეს და ეს უკვე ეფექტური PR-ის არარსებობაზე მიუთითებს ცენტრში.

ფოკუს ჯგუფის მონაწილეების თქმით:

”ინფორმაციის მისაღებად უნდა მივმართოთ ცენტრს და ნუ მიმართავთ უნივერსიტეტის ადმინისტრაციას, ისედაც თავიანთი სტუდენტი ყავთ ბევრი.”

”უნივერსიტეტის წარმომადგენლები ამბობენ, რომ მათ უხდებათ და ძალიან უჭირთ ინფორმაციის გაცემა ამ მიმართულებით სტუდენტებისთვის. ეს ხომ არ არის ერთეული შემთხვევები. ძალიან ბევრი სტუდენტი მიმართავთ მათ ამ კითხვებით და ეს ძალიან უჭირს უნივერსიტეტს. თავად კადრების სიმცირესაც განიცდიან და დროის არქონასაც. ერთი ადამიანი ძალიან ბევრ საქმეს ითავსებს და ეს ძალიან რთულია. მაგრამ მაინც გამოდის რომ დღეს უნივერსიტეტი იღებს ამას თავის თავზე და აცნობს ინფორმაციას მოზილობის მსურველ სტუდენტებს.”

”უნივერსიტეტისთვის უნდა ჯობდეს რომ ეს საქმე აკეთოს ცენტრმა.”

”ცენტრმა უნდა გააკეთოს ის რაც არის მისი გასაკეთებელია, ეს მათი ვალდებულებაა და უნივერსიტეტმა გააკეთოს ის რაც მას ევალება.”

”თუ ცენტრი გააკეთებს იმას რომ მე დამაინტერესოს მაშინ მე აღარ მივალ უნივერსიტეტის ადმინისტრაციასთან.”

ასევე ფოკუს ჯგუფის მონაწილეები ამბობდნენ, რომ ცენტრში ხშირად ვერ იღებენ ამომწურავ ინფორმაციას მათთვის საინტერესო უნივერსიტეტის შესახებ და მათ მაინც უწევთ მიმართონ ინფორმაციისთვის ცალკეულ უნივერსიტეტებს.

”თავად ცენტრი უნდა იყოს მაქსიმალურად გარკვეული. ყველა უნივერსიტეტზე უნდა იცოდეს ინფორმაცია ამომწურავად. რომ აი კითხვები არ გაუჩნდეს სტუდენტს დამატებითი და ყველაფერზე მიიღოს ინფორმაცია ცენტრისგან.”

”უნივერსიტეტში მივა ის პირი ვისაც უნდა კონკრეტულად ერთის არჩევა, როცა არ იცის და უნდა 2 და მეტი, მაშინ მიმართავს ხარისხის ცენტრში ამოსარჩევად. მაგალითად 5-ში ხომ არ ივლი ყველგან ცალკეა ჯობია რომ ხარისხის ცენტრში მიხვიდე. მაგას არ ჯობია ერთადგილას მიხვიდე და გაიგო 5-ივეზე ინფორმაცია.”

”ხარისხის ცენტრს უნდა ქონდეს ამომწურავი ინფორმაცია ყველა უნივერსიტეტის მოთხოვნების შესახებ. მე ვგულისხმობ რომ ზუსტი ინფორმაცია უნდა ქონდეს, ისეთი კი არა რომ დარწმუნებული არ იყოს და ეჭვი ეპარებოდეს. იქნება და 5 უნივერსიტეტი მაინტერესებს. ხარისხის ცენტრში უნდა ქონდეს შესაძლებლობა რომ ამოირჩიო 5-იდან რომელიც გინდა რომელში გაქვს რეალური შესაძლებლობა, რომ მოხვდე.”

”ცენტრს ვურჩევდით მეტ კომპეტენტურობას და PR-ის გაძლიერებას. უნდა ფლობდეს სრულ და ამომწურავ ინფორმაციას და უნივერსიტეტს მიმართეო არ უნდა გითხრას.”

შესაბამისად მოზილობის სერვისის მოხმარებელთა აზრით განათლების ხარისხის განვითარების ეროვნულმა ცენტრმა კიდევ უფრო მეტი ძალისხმევა უნდა გაწიოს ამომწურავი და ყოვლისმომცველი ინფორმაციის გასაცემად და PR-ის გასაძლიერებლად.

ძირითად მიგნებები

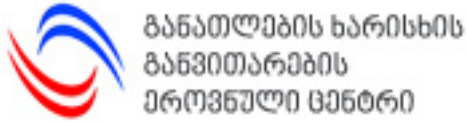
- რაოდენობრივი კვლევის ფარგლებში გამოკითხული მოზილობის სერვისის მომხმარებელთა თითქმის 54% ქალია, შესაბამისად კაცებზე 46% მოდის. რესპონდენტების 75% 19, 20, 21 წლის სტუდენტებზე მოდის, 22 წლის არის რესპონდენტების 11%, 23 წლის - 5,2 %.
- კვლევის შედეგად გამოიკვეთა უნივერსიტეტები, რომლებმაც ყველაზე მეტი სტუდენტი მიიღო მოზილობის სერვისის შედეგად სასწავლებელში. გამოკითხული რესპონდენტების 22,8% საქართველოს ეროვნულმა უნივერსიტეტმა მიიღო მოზილობის შედეგად, 17,6% თბილისის სახელმწიფო უნივერსიტეტმა, დაახლოებით 11/11 % სდასუმ და ილიაუნმა.
შესაბამისად შეგვიძლია ვთქვათ, რომ აღნიშნულ უნივერსიტეტებზე ყველაზე მაღალია მოთხოვნა და ისინი უფრო მეტი პოპულარობით სარგებლობენ სხვა უნივერსიტეტებთან შედარებით მოზილობის სერვისის მომხმარებელთა მხრიდან.
- გამოიკვეთა ის სასწავლო პროგრამებიც რასაც მოზილობის სერვისით მოსარგებლე სტუდენტები ყველაზე ხშირად ირჩევენ. გასაკვირი არაა და ეს ზოგადი ტენდენციაც არის, რომ ბიზნეს ადმინისტრირებაზე ყველაზე დიდია მოთხოვნა 25,4% და მას მოსდევს სამართალმცოდნეობა და ტურიზმი 11,4%, და ჟურნალისტიკა 10%-ით.
- შეგვიძლია დავსკვნათ, რომ სტუდენტი მოზილობის სერვისის მოხმარებისას, უფრო ხშირად იცვლიან სასწავლებელს და არა სასწავლო პროგრამას. ამას ადასტურებს განხორციელებული ფოკუს ჯგუფის შედეგებიც. მონაწილეები ძირითადად ამბობენ, რომ მათ მოზილობის შედეგად შეიცვალეს უმაღლესი სასწავლებელი და გადავიდნენ სხვა უნივერსიტეტში თუმცა აირჩიეს იგივე სასწავლო პროგრამა.
თუმცა არის შემთხვევები, როდესაც სტუდენტები შიდა მოზილობას ახორციელებენ, იცვლიან სასწავლო პროგრამას და რჩებიან იმავე უნივერსიტეტში.
- მოზილობის სერვისით მოსარგებლე სტუდენტების აბსოლუტური უმეტესობა 97,8% ბაკალავრიატის საფეხურზე მყოფი სტუდენტები არიან. რესპონდენტების 85% დედა სასწავლებელში ჩაირიცხა 2012, 2013, 2014 წლებში. ამ წლებში ტენდენციურად მოზილობის სერვისზე მოთხოვნა მატულობს და უფრო მეტი სტუდენტი სარგებლობს აღნიშნული შესაძლებლობით.
- უარყოფითი შედეგი მოზილობაში მიიღო მხოლოდ 12-მა რესპონდენტმა, რაც სულ გამოკითხული რესპონდენტების 2,4%-ია და ძალიან დაბალი მაჩვენებელია. აღნიშნული მიუთითებს პროგრამის ხელმისაწვდომობაზე მსურველთათვის.
იმ სტუდენტების აზრით, ვინც ერთხელ მაინც მიიღო უარყოფითი შედეგი სერვისის მოხმარებისას ამის მიზეზი არის: (1) დაწესებულების უარი წინაპირობის (გამოცდა/ტესტი/გასაუბრება) დაუკმაყოფილებლობის გამო; (2) ცენტრის უარი მოზილობით ჩარიცხვაზე და (3) უარყოფითი პასუხი პორტალზე.
- მოზილობის პროცესის შეფასებისას გამოკითხული სტუდენტების 40,8%-მა პროცესი შეაფასა, როგორც ძალიან მარტივი, 40,2%-მა როგორც მარტივი და მხოლოდ 1%-მა და 0,2%-მა მოზილობის პროცესს მისცა რთულის შეფასება. აღნიშნული კიდევ ერთხელ ხაზს უსვამს პროცედურული საკითხების მოქნილობას და ადვილად ადმინისტრირებას მომხმარებლის მხრიდან.

- რესპონდენტებს ეთხოვათ შეეფასებინათ სხვადასხვა ფაქტორები მნიშვნელობის მიხედვით მობილობის პროცესის გავლისას. გამოკითხული სტუდენტებიდან ზოგადად ცხელი ხაზის არსებობას (50,6%), ინფორმაციის მიღებას: ვებ-გვერდს (47,8%) და SMS შეტყობინების მიღებას (46,2%) ყველაზე დიდი მნიშვნელობა მიანიჭეს. ყველაზე ნაკლებად მნიშვნელოვნად განისაზღვრა ინფორმაციის მიღება: ბუკლეტით, სოციალური მედიით და ვიდეო ინსტრუქციით. ამის გათვალისწინებით, განათლების ხარისხის განვითარების ცენტრმა მეტი რესურსი და ძალისხმევა უნდა დაუთმოს ცხელი ხაზის, ვებ-გვერდის და SMS შეტყობინებებით ინფორმაციის გავრცელების გზების გაძლიერებას და შეიძლება საერთოდ უარი თქვას ბუკლეტების გამოყენებაზე ამ მიზნით.
- ასევე რესპონდენტებმა შეაფასეს ყველა ის ფაქტორი, რომლითაც ისარგებლეს მობილობის პროცესის დროს. ყველაზე კარგი შეფასება მიიღო SMS შეტყობინების მიღებამ (45%), ელექტრონულ ფოსტაზე შეტყობინების მიღებამ (42,6%), ინფორმაციის მიღებამ ვებ-გვერდის მეშვეობით (41,6%), უშუალოდ პორტალზე ინფორმაციის მიღებამ (40,8%) და ცხელი ხაზის არსებობამ (40,6%). შედარებით ყველაზე ნეგატიური შეფასება მიიღო ბუკლეტებმა, ვიდეო ინსტრუქციამ და სოციალურმა მედიამ.
- მობილობის პროცესის გავლისას რესპონდენტებმა შეაფასეს იყო თუ არა ხარვეზები სხვადასხვა ეტაპზე. გამოკითხულთა მხოლოდ 3% თვლის რომ ხარვეზები იყო რეგისტრაციის დროს, 2,8% თვლის, რომ თანხის გადახდა / ასახვის დროს, 2,2%-ის აზრით მობილობის შედეგების დროს. კიდევ ერთხელ უნდა ხაზი გავუსვათ, რომ აღნიშნული მაჩვენებელი ძალიან დაბალია და ჯამში აბსოლუტური უმეტესობა თვლის რომ მობილობის პროცესის დროს არანაირი ხარვეზი არ ყოფილა. ხარვეზები დაკავშირებული იყო: გაუმართავი რეგისტრაციის პორტალთან /რეგისტრაციის დროს გადატვირთულობასთან, ასევე მათი აზრით შედეგების გამოქვეყნება ვადებში არ ხდება, ხდება მონაცემების დუბლირება და ორაზროვანი ინსტრუქციის არსებობა.
- ფოკუს ჯგუფის მონაწილეებიც ადასტურებენ, რომ ხარვეზები მობილობის პროცესში თითქმის არ იყო. თუმცა რამოდენიმე მონაწილემ აღნიშნა ის ფაქტი რომ რეგისტრაციის შემდეგ კონკურენცია იმატებს კონკრეტული უნივერსიტეტებისთვის და შესაბამისად სკალირებული ქულაც იზრდება. ამიტომ შეიძლება მომხმარებელი ვერ მოხვდეს მისთვის სასურველ უნივერსიტეტში.
- ფოკუს ჯგუფის მონაწილეების აზრით ასევე ხარვეზად შეიძლება ჩაითვალოს პრიორიტეტული უნივერსიტეტების ცვლილება და პრიორიტეტებზე მომხმარებელთა გადანაწილება.
- ფოკუს ჯგუფის მონაწილეებმა ერთ-ერთ ხარვეზად დაასახელეს მობილობის შედეგად სასწავლო წლის დაკარგვაც.
- გამოკითხულმა სტუდენტებმა ასევე შეაფასეს მობილობის ცხელი ხაზის მომსახურება, ჯამში 89% რესპონდენტებისა მეტნაკლებად კმაყოფილია ცხელი ხაზის მომსახურებით და მხოლოდ 11% არის უკმაყოფილო.
- სტუდენტები ძირითადად ინფორმაციას იღებენ ცენტრის ვებ-გვერდიდან (47,4%), მეგობრებისგან/კურსელებისგან (43,6%) და ფეიქბუქით სოციალური მედიით (33,2%).

- აქვე აღსანიშნავია, რომ მომხმარებელთა 92%-ს მონაწილეობა არ მიუღია ცენტრის მიერ ორგანიზებულ ღია კარის დღეებში. აქედან უმეტესობისთვის სასარგებლო იყო და მიიღო ამომწურავი ინფორმაცია ღია კარის დღეზე.
ფოკუს ჯგუფის მონაწილეებმაც ხაზი გაუსვეს ღია კარის დღეების ჩატარების მნიშვნელობას PR მიზნებისთვის, თუმცა ისინი საუბრობდნენ რომ ასეთი დღეები უმჯობესია ჩატარდეს უშუალოდ უნივერსიტეტებში და არა ცენტრში. უფრო ადვილი რომ იყოს სტუდენტისთვის საინფორმაციო შეხვედრებში მონაწილეობა.
- რესპონდენტებს ასევე შევაფასებინეთ საერთო კმაყოფილება მოზილობის სერვისის მოხმარებისას, გამოკითხულთა 64,8% კმაყოფილია აღნიშნული სერვისის სარგებლობით, 19% ძალიან კმაყოფილია და მხოლოდ 1,4% არის მომსახურებით უკმაყოფილო.
- სტუდენტთა უმრავლესობა ხაზს უსვამდა ცხელი ხაზის მნიშვნელობას და გამართვას ამომწურავი ინფორმაციის მიწოდების მიზნით. მათი აზრით ოპერატორები უნდა იყვნენ ძალიან კომპეტენტურები და ამომწურავ პასუხებს იძლეოდნენ მოზილობასთან დაკავშირებულ ყველა საკითხზე.
- ასევე მოზილობის პროცესის გასაუმჯობესებლად განსაკუთრებული აქცენტი გაკეთდა PR ინსტრუმენტების გაძლიერებაზე: ფეისბუქ გვერდის და მედიის მეტ ჩართულობაზე ინფორმაციის გასავრცელებლად.
- მოზილობის სერვისი კვლევის შედეგად დადგინდა, რომ სტუდენტებისთვის კარგი შესაძლებლობაა იმისათვის, რომ ისწავლონ იმ უმაღლეს სასწავლებლებში, რომელიც მათი აზრით მეტად შეესაბამება მათ ხარისხის მოთხოვნებს და შესაძლებლობებს. განსაკუთრებით იმ შემთხვევაში, თუ ერთიანი ეროვნული გამოცდების შედეგად ვერ მოხვდნენ იქ სადაც ყველაზე მეტად უნდოდათ.
- მოზილობის სერვისის მოხმარებელთა აზრით განათლების ხარისხის განვითარების ეროვნულმა ცენტრმა კიდევ უფრო მეტი ძალისხმევა უნდა გაწიოს ამომწურავი და ყოვლისმომცველი ინფორმაციის გასაცემად და PR-ის გასაძლიერებლად.

დანართები

დანართი #1: რაოდენობრივი კვლევის კითხვარი



კვლევის მიზანი

კვლევის დასახელება: განათლების ხარისხის განვითარების ეროვნული ცენტრის (შემდგომში-ცენტრი) მობილობის სერვისით მომხმარებელთა კმაყოფილების კვლევა

კვლევის მიზანი: სსიპ განათლების ხარისხის განვითარების ეროვნული ცენტრის მიერ გაწეული მომსახურების გაუმჯობესების მიზნით, სტუდენტთა მობილობის

კითხვარი

ლოკაციის კოდი	
ინტერვიუერის კოდი	
შევსების თარიღი	

A. ზოგადი ინფორმაცია

1	სქესი	1. ქალი 2. კაცი
2	ასაკი	
3	მიმღები სასწავლებელი	
4	საგანმანათლებლო პროგრამა (მიმღებ სასწავლებელში)	
5	დედა სასწავლებელი	
6	საგანმანათლებლო პროგრამა (დედა სასწავლებელში)	
7	სწავლების საფეხური	1. ბაკალავრიატი 2. მაგისტრატურა 3. დოქტურანტურა
8	დედა სასწავლებელში ჩარიცხვის წელი	
9	სწავლების მერამდენე წელს განხორციელდა მობილობა	
10	რამდენჯერ მიიღეთ მონაწილეობა მობილობაში	
11	რამდენჯერ მიიღეთ დადებითი შედეგი	
12	უარყოფითი შედეგის შემთხვევაში მიუთითეთ მიზეზი	1. უარყოფითი პასუხი პორტალზე 2. დაწესებულების უარი წინაპირობის (გამოცდა/ტესტი/გასაუბრება) დაუკმაყოფილებლობის გამო 3. ცენტრის უარი მობილობით ჩარიცხვაზე

B. მობილობის პროცესი

1. მობილობის პროცესის გავლისას თქვენ მიუთითეთ: *(რამდენიმე პასუხი)*

1	პირადი მობილური ნომერი
2	სხვისი მობილური ნომერი
3	პირადი ელ-ფოსტა
4	სხვისი ელ-ფოსტა

2. გთხოვთ შეაფასოთ, რამდენად მარტივია მობილობის პროცედურები ელ-პორტალზე? (ერთი პასუხი)

1. ძალიან მარტივი
2. მარტივი
3. საშუალო
4. რთული
5. ძალიან რთული

3. გთხოვთ შეაფასოთ ქვემოთ ჩამოთვლილი ფაქტორების მნიშვნელობა მობილობის პროცესის გავლის თვალსაზრისით?

1-ძალიან მნიშვნელოვანი, 2 მნიშვნელოვანი, 3 მეტ-ნაკლებად მნიშვნელოვანი; 5 უმნიშვნელო; 5- ძალიან უმნიშვნელო

1	ელ-პორტალის ნავიგაციის სისტემა	1	2	3	4	5
2	ვიდეო-ინსტრუქცია	1	2	3	4	5
3	ინფორმაციის მიღება: ბუკლეტი	1	2	3	4	5
5	ინფორმაციის მიღება: ცხელი ხაზი	1	2	3	4	5
5	ინფორმაციის მიღება: ვებ-გვერდი	1	2	3	4	5
6	ინფორმაციის მიღება: სოციალური მედია	1	2	3	4	5
8	ზოგადად ცხელი ხაზის არსებობა	1	2	3	4	5
9	SMS შეტყობინების მიღება	1	2	3	4	5
10	ელ. ფოსტაზე შეტყობინების მიღება	1	2	3	4	5
11	უშუალოდ პორტალზე ინფორმაციის მიღება	1	2	3	4	5

4. გთხოვთ, შეაფასოთ ქვემოთ ჩამოთვლილი ფაქტორები რომლითაც ისარგებლეთ მობილობის პროცესის დროს:

1-ძალიან კარგი, 2 კარგი, 3 მეტ-ნაკლებად კარგი; 5 ცუდი; 5- ძალიან ცუდი

1	ელ-პორტალის ნავიგაციის მარტივი სისტემა	1	2	3	4	5
2	ვიდეო-ინსტრუქცია	1	2	3	4	5
3	ინფორმაციის მიღება: ბუკლეტი	1	2	3	4	5
5	ინფორმაციის მიღება: ცხელი ხაზი	1	2	3	4	5
5	ინფორმაციის მიღება: ვებ-გვერდი	1	2	3	4	5
6	ინფორმაციის მიღება: სოციალური მედია	1	2	3	4	5
8	ზოგადად ცხელი ხაზის არსებობა	1	2	3	4	5
9	SMS შეტყობინების მიღება	1	2	3	4	5
10	ელ. ფოსტაზე შეტყობინების მიღება	1	2	3	4	5
11	უშუალოდ პორტალზე ინფორმაციის მიღება	1	2	3	4	5

5. მობილობის პროცესის გავლისას ქვემოთჩამოთვლილ ეტაპებზე იყო თუ არა ხარვეზი? (ინტერვიუერს: დიახ-ის შემთხვევაში გადაადით მე-6 კითხვაზე, ხოლო არას შემთხვევაში გადაადით მე-7 კითხვაზე)

5.1	რეგისტრაცია პორტალზე	1 - არა	2 -დიახ
5.2	განაცხადის გაკეთება(უსდ-სა და პროგრამის არჩევა)	1 - არა	2 -დიახ
5.3	თანხის გადახდა/ასახვა	1 - არა	2 -დიახ
5.4	მობილობის შედეგები	1 - არა	2 -დიახ

6. (ინტერვიუერს დაუსვით ეს კითხვა, თუ ერთი დიახ მაინც მოინიშნა) გთხოვთ დაასახელოთ რა ხარვეზებს შეხვდით?(ინტერვიუერს: ჩაინიშნეთ რესპოდენტის მიერ გამოთქმული მოსაზრებები)

6.1	რეგისტრაცია პორტალზე	
6.2	განაცხადის გაკეთება (უსდ-სა და პროგრამის არჩევა)	
6.3	თანხის გადახდა/ასახვა	
6.4	მობილობის შედეგები	
6,5	სხვა	
6,6	სხვა	

7. ელ-პორტალზე მობილობის პროცესის გავლისას დაგჭირდათ თუ არა კონსულტაციის მიღება ცენტრისგან? (ერთი პასუხი)

1. არა, პროცესი მარტივად გავიარე;
2. დიახ, მივმართე ცენტრს და მივიღე კვალიფიციური ინფორმაცია;
3. დიახ, მივმართე ცენტრს, მაგრამ მიღებული ინფორმაცია არ იყო ამომწურავი;
4. დიახ, მივმართე ცენტრს, მაგრამ ვერ მივიღე საჭირო ინფორმაცია.

8. რამდენად კმაყოფილი ხართ მობილობის ცხელი ხაზის მომსახურებით? (ერთი პასუხი)

1. ძალიან კმაყოფილი
2. კმაყოფილი
3. უკმაყოფილო
4. ძალიან უკმაყოფილო

9. რა წყაროდან მიიღეთ ინფორმაცია მობილობის შესახებ? (შემოხაზეთ ყველა სავარაუდო პასუხი)

1. ცენტრის საინფორმაციო ბროშურა;
2. ცენტრის ვებ-გვერდი;
3. მას-მედია;
4. ცხელი-ხაზი;
5. ფეისბუქი/სოციალური მედია;
6. მეგობარი/კურსელი;
7. სხვა (მიუთითეთ) -----
8. სხვა (მიუთითეთ) -----

10. მიგიღიათ თუ არა მონაწილეობა მობილობასთან დაკავშირებით ცენტრის მიერ ორგანიზებულ ღია კარის დღეში?

1. დიახ (გააგრძელეთ)
2. არა (გადადით მე -13 კითხვაზე)

11. რამდენად სასარგებლო იყო თქვენთვის ღია კარის დღე?

1. ძალიან სასარგებლო, ყველა საჭირო საკითხზე მივიღე ამომწურავი ინფორმაცია;
2. სასარგებლო, ძირითად შემთხვევებში მივიღე ამომწურავი ინფორმაცია;
3. ნაკლებად სასარგებლო, იშვიათ შემთხვევებში მივიღე ამომწურავი ინფორმაცია;
4. უსარგებლო, ვერ მივიღე ჩემთვის საჭირო ინფორმაცია.

12. საბოლოო ჯამში რამდენად კმაყოფილი ხართ მობილობის მთლიანი პროცესით?

1. ძალიან კმაყოფილი
2. კმაყოფილი
3. მეტ-ნაკლებად კმაყოფილი
4. უკმაყოფილო
5. ძალიან უკმაყოფილო

13. თქვენი აზრით, რა უნდა შეიცვალოს მობილობის პროცესის გაუმჯობესებისათვის?

დანართი 2: ფოკუსჯგუფის სახელმძღვანელო



განათლების ხარისხის
განვითარების
ეროვნული ცენტრი



საქართველოს ახალგაზრდა
ეკონომისტთა ასოციაცია

კვლევის მიზანი: კვლევის მიზანი: სსიპ განათლების ხარისხის განვითარების ეროვნული ცენტრის მიერ გაწეული მომსახურების გაუმჯობესების მიზნით, სტუდენტთა მობილობის პროცესის შეფასება.

წინამდებარე ინსტრუმენტის სპეციფიკური მიზანია: მობილობის პროცესში ჩართულ სტუდენტთა კმაყოფილების შეფასება, ხარვეზების გამოვლენა, მათი მოთხოვნის ტენდენციების დადგენა. სტუდენტების შეფასების, პოზიციების, სუბიექტური დამოკიდებულებების, აღქმის და ძირითადი მოლოდინების იდენტიფიკაცია.

მოდერატორს: გააცანით ჯგუფის წევრებს კვლევის მიზნები და თხოვეთ გაგეცნონ და მაქსიმალურად გუახდილად გიგზიარონ დამოკიდებულები. მიუთითეთ, რომ მათ მიერ გამოთქმული მოსაზრებები იქნება ანონიმური.

მნიშვნელოვანია: მოგიყვანონ კონკრეტული მაგალითები, აგისხნან/დაგისაბუთონ საკუთარი პოზიციები; ეცადეთ ამიოლოთ რაც შეიძლება მეტი შეფასებითი დებულებები, ეპითეტები, გამოვალინოთ მათი დამოკიდებულებები და მოლოდინები.

ამოცანა #1. მობილობის პროცესი და ელ-პორტალი

1. გთხოვთ გაგვიზიაროთ თქვენი გამოცდილება მობილობასთან დაკავშირებით, რამდენჯერ გაიარეთ იგი და რა იყო ძირითადი მიზეზები?
2. მობილობის პროცესის გავლისას, უშუალოდ თქვენ განახორციელეთ ოპერირება ელ-პორტალზე თუ სხვა პირმა? ახსენით რატომ მოხდა ასე? ასევე თქვენი პირადი ელ.ფოსტა და ტელეფონის მონომერი იყო მითითებული თუ სხვისი?
3. მოდით ახლა უშუალოდ ელ-პორტალი შევაფასოთ. როგორია თქვენი გამოცდილება რამდენად გამართულად მუშაობს იგი? თქვენი აზრით რა არის ძალიან კარგი და რას ჭირდება გაუმჯობესება. როგორ მიგაჩნიათ, რა არის ძირითადი ხარვეზები? **(მოდერატორს!:** პასუხები ამოიღეთ შემდეგი კატეგორიების მიხედვით: რეგისტრაცია პორტალზე; განაცხადის გაკეთება(უსდ-სა და პროგრამის არჩევა)თანხის გადახდა/ასახვა; მობილობის შედეგები).

4. მობილობის პროცესის გავლისას რა ფაქტორებს ქონდათ განსაკუთრებული მნიშვნელობა? რა დაგეხმარათ და რა იყო ბარიერი? მაგალითად ისარგბლეთ ვიდეო-ინსტრუქციით? ან SMS შეტყობინების მიღებამ გაგიმარტივათ პროცესი?

მოდეტარატორს! საწყის ეტაოზე არ წაუკითხოთ ეს ფაქტორები. მონიშნეთ რომელს დაასახელებენ ყველაზე ხშირად და თუ რომელიმეს საერთოდ არ დაასახელებენ, დამატებითი კითხვის სააკით თხოვეთ გაგიზიარონ როგორ შეაფასებდნენ

1	ელ-პორტალის ნავიგაციის სისტემა
2	ვიდეო-ინსტრუქცია
3	ინფორმაციის მიღება: ბუკლეტი
5	ინფორმაციის მიღება: ცხელი ხაზი
5	ინფორმაციის მიღება: ვებ-გვერდი
6	ინფორმაციის მიღება: სოციალური მედია
8	ზოგადად ცხელი ხაზის არსებობა
9	SMS შეტყობინების მიღება
10	ელ. ფოსტაზე შეტყობინების მიღება
11	უმუალოდ პორტალზე ინფორმაციის მიღება

ამოცანა #2. კომუნიკაცია ცენტრთან

1. გთხოვთ გაგვიზიაროთ მობილობის პროცესთან დაკავშირებით რა ტიპის და რა სიხშირის კომუნიკაცია გქონდათ ცენტრთან? რა მეთოდებით? (ცხელი ხაზი, სოციალური ქსელი, პირადი ვიზიტები და ა.შ)
2. როგორ შეფასებდით ამ კომუნიკაციას, რამდენად გამართული იყო პროცესი? რამდენად ამომწურავი და დროული ინფორმაცია მიიღეთ?
3. თუ დაგირკავთ ცხელ ხაზზე, როგორ შეფასებდით მიღებულ მომსახურებას? თქვნი ნება რომ იყოს რაიმეს ხომ არ შეცვლიდით?
4. მიგიღიათ თუ არა მონაწილეობა მობილობასთან დაკავშირებით ცენტრის მიერ ორგანიზებულ ღია კარის დღეში? თუ შეიძლება დაააზუსტეთ როგორ შეიტყვეთ ღია კარის დღის შესახებ? როგორ შეაფასებდით ამ ღონისძიებას?

ამოცანა #3. რეკომენდაციები

1. საბოლოო ჯამში რამდენად კმაყოფილი ხართ მობილობის მთლიანი პროცესით? ახსენით პასუხი, მიოყვანეთ მაგალითები.
2. რა იქნებოდა თქვნი მთავარი რჩევა/რჩევები მობილობის პროცესის გაუმჯობესებისათვის?
3. ხომ არ არის მობილობის პროცესთან დაკავშირებული რაიმე მნიშვნელოვანი საკითხი, რომელსაც არ შევეხეთ? გთხოვთ, გაგვიზიაროთ.