

დოკუმენტი შემუშავებულია გაეროს განვითარების პროგრამის (UNDP)  
პროექტის ENPARD – 2 ფარგლებში

# აჭარის მაღალმთიანეთში შრომის ბაზრის კვლევის მეთოდოლოგია

2018 წელი

## I. შესავალი

აჭარის ავტონომიური რესპუბლიკის ეკონომიკურად აქტიურმა მოსახლეობამ (სამუშაო ძალამ) 2017 წელს შეადგინა 186.9 ათასი კაცი, რაც რეგიონის მთლიანი მოსახლეობის 54%-ია. აქტიურ მოსახლეობაში დასაქმებულთა რაოდენობა განისაზღვრა 166.5 ათასი კაცით, რომელშიც 79.1 ათასი კაცი (48%) მოდის დაქირავებულ პირებზე, ხოლო 87.3 ათასი (52%) - თვითდასაქმებულებზე. ბიზნეს სექტორში დასაქმებულებიდან 2014 წელს 84% ბათუმზე მოდიოდა, 8% - ქობულეთის მუნიციპალიტეტზე, 5% - ხელვაჩაურის მუნიციპალიტეტზე, ხოლო დანარჩენი 3% კი 3 მუნიციპალიტეტზე (ქედა, შუახევი, ხულო). აჭარაში რეგისტრირებული ბიზნესის 70% ბათუმშია რეგისტრირებული, 15% ხელვაჩაურის, 10%-მდე ქობულეთის, ხოლო დანარჩენი 5% კი 3 მუნიციპალიტეტში (ქედა, შუახევი, ხულო). გადამამუშავებელი საწარმოები, ძირითადად, კონცენტრირებულია ქობულეთში, ბათუმსა და ხელვაჩაურში.

მაღალმთიანი აჭარის მოსახლეობა ქალაქად და სოფლად 2014 წლის აღწერის მიხედვით, ათასი

მუნიციპალიტეტი	მოსახლეობა	ქალაქი	სოფელი
ქედა	16.8	1.5	15.3
შუახევი	15.0	0.8	14.2
ხელვაჩაური	51.2	0.0	51.2
ხულო	23.3	1.0	22.3

2017 წლისთვის უმუშევრობის დონე აჭარაში შეადგენდა 11%-ს. 2017 წელს რეგიონის შინამეურნეობების შემოსავლების სტრუქტურაში უდიდესი ხვედრითი წილით იყო წარმოდგენილი დაქირავებული შრომიდან მიღებული შემოსავლები (41%). რეგიონის მოსახლეობის ერთ სულზე გაანგარიშებით ფულადი და არაფულადი სახსრების ჯამურმა მაჩვენებელმა შეადგენა 303.0 ლარი, ხოლო ერთ შინამეურნეობაზე გაანგარიშებით - 1 242.0 ლარი. 2017 წელს რეგიონის შინამეურნეობების ხარჯების სტრუქტურაში სამომხმარებლო ხარჯები შეადგენდა დაახლოებით 73%-ს. რეგიონის მოსახლეობის ერთ სულზე გაანგარიშებით ხარჯების მაჩვენებელმა შეადგინა 287.9 ლარი, ხოლო ერთ შინამეურნეობაზე გაანგარიშებით - 1 180.1 ლარი. სოფლის მეურნეობის პროდუქციის გაყიდვიდან მიღებული შინამეურნეობების საშუალო თვიური შემოსავლები აჭარაში ნაკლებია საქართველოს სხვა რეგიონთან შედარებით.

2016 წელს აჭარის ავტონომიურ რესპუბლიკაში შექმნილმა მთლიანი დამატებული ღირებულების მაჩვენებელმა შეადგინა ქვეყნის მთლიანი შიდა პროდუქტის 7%. რეგიონის მთლიანი დამატებული ღირებულების ნომინალურმა ზრდამ შეადგინა 14%. აჭარის რეგიონში

2016 წელს შექმნილი მთლიანი დამატებული ღირებულების დარგობრივ სტრუქტურაში ყველაზე მაღალი ხვედრითი წონით (28%) გამოირჩევა მომსახურების სფერო (საფინანსო შუამავლობა, სასტუმროებისა და რესტორნების მომსახურება, უძრავი ქონების გაქირავება და სხვა მომსახურება), ასევე მაღალი ხვედრითი წონა აქვს მშენებლობისა (14%) და ვაჭრობის (13%) სექტორებს. რაც შეეხება ეკონომიკის რეალური სექტორის დარგებს, მრეწველობაზე მოდის მთლიანი დამატებული ღირებულების 8%, ხოლო სოფლის მეურნეობაზე - 5%.

აჭარაში ინვესტიციების 89%-ზე მეტი ბათუმის, ხელვაჩაურის და ქობულეთის მუნიციპალიტეტშია განხორციელებული. ინვესტიციების მხოლოდ 11%-ია ჩადებული 3 მუნიციპალიტეტში (ქედა, შუახევი, ხულო). სასოფლო-სამეურნეო წარმოების კომერციალიზაციის შედარებით მაღალი მაჩვენებელია ქობულეთისა და ხელვაჩაურის მუნიციპალიტეტებში, რომლებშიც განვითარებულია ტურისტული ინფრასტრუქტურა.

აჭარაში, ისე როგორც მთლიანად საქართველოში, განვითარების ერთ-ერთი ხელშემშლელი ფაქტორი ეკონომიკურად აქტიური მოსახლეობის არასათანადო კვალიფიკაციაა. ვითარების გასაუმჯობესებლად აჭარის მთავრობის მიერ შექნილია აჭარის დასაქმების სააგენტო, რომელიც რამდენიმე პროექტს ახორციელებს, თუმცა, ეს ძალისხმევა საკმარისი არ არის და ახალი სამუშაო ადგილების შექმნასთან ერთად პრობლემა უფრო თვალსაჩინო ხდება.

„აჭარის ავტონომიური რესპუბლიკის 2016-2021 წლების სტარტეგიული განვითარების გეგმაში“ მკაფიოდაა აღწერილი **ადამიანური კაპიტალის განვითარების** სუსტი მხარეები და საფრთხეები:

- სამუშაო ძალის მოთხოვნასა და მიწოდებას შორის არსებული სტრუქტურული და ხარისხობრივი დისბალანსი;
- პროფესიული განათლების სისტემის არასაკმარისი ორიენტირება შრომის ბაზრის მოთხოვნებზე;
- ზრდასრულთა განათლების მიმდინარე პროგრამების მცირე მასშტაბი
- რეგიონის მუნიციპალიტეტებში სამუშაო ადგილების ნაკლებობა
- მეწარმეებს შორის ბიზნეს განათლების დაბალი დონე
- სამუშაო ძალის დაბალი მოტივაცია გადამზადების კუთხით;
- შრომის ბაზრის ფუნდამენტური კვლევის არარსებობა
- პროფესიული საგანმანათლებლო დაწესებულებების მწირი ინფრასტრუქტურა
- შრომის დაბალი ანაზღაურება, რაც ხელს უწყობს კვალიფიცირებული კადრების რეგიონიდან გადინებას
- მოსახლეობის გადაბერება და სამუშაო ძალის შემცირება;
- არასაკმარისი ფინანსური რესურსები კონკურენტუნარიანი კადრების და კვალიფიციური სამუშაო ძალის უზრუნველსაყოფად.

## II. ძირითადი მიდგომები

აღნიშნული დოკუმენტის შექმნის მიზანს წარმოადგენს შემუშავდეს ძირითადი მიდგომები და მეთოდოლოგია, რომლის მიხედვით შესაძლებელი გახდება აჭარის მაღალმთიან რეგიონში შრომის ბაზრის კვლევა. აქვე უნდა შევნიშნოთ, რომ შრომის ბაზრის კვლევა უნდა ჩაატაროს პროფესიულმა საგანმანათლებლო დაწესებულებამ, რაც იმას გულისხმობს, რომ შემუშავებული მეთოდოლოგიის ძირითადი მომხმარებელი პროფესიული კოლეჯი იქნება. ექვს არ იწვევს ის გარემოება, რომ ყველაზე მაღალპროფესიული მკვლევარებით დაკომპლექტებული პროფესიული კოლეჯიც კი ვერ ჩაატარებს შრომის ბაზრის სრულფასოვან კვლევას. ამიტომ შეთავაზებული მიდგომები და მეთოდოლოგია შეეხება მხოლოდ შრომის ბაზრის სეგმენტურ კვლევას. კვლევის მიზანი იქნება, განისაზღვროს მოთხოვნადი პროფესიები, ამ პროფესიების მიხედვით საჭირო ცოდნა და უნარები აჭარის ოთხ მუნიციპალიტეტში: ქედა, ხულო, შუახევი და ხელვაჩაური.

ძირითადი მიდგომების ჩამოყალიბებას განაპირობებს შემდეგი სპეციფიკური ფაქტორები:

1. უნდა ჩატარდეს შრომის ბაზრის მხოლოდ სეგმენტური კვლევა;
2. შრომის ბაზრის სეგმენტური კვლევის მიზანი იქნება, განისაზღვროს მოთხოვნადი პროფესიები, ამ პროფესიების მიხედვით საჭირო ცოდნა და უნარები აჭარის ოთხ მუნიციპალიტეტში: ქედა, ხულო, შუახევი და ხელვაჩაური;
3. აჭარის მაღალმთიანეთში ეკონომიკურად აქტიური მოსახლეობა გაცილებით მცირეა, ვიდრე ბათუმისა და ქობულეთის მუნიციპალიტეტებში;
4. აჭარაში რეგისტრირებული ბიზნესის მხოლოდ 5%-ია რეგისტრირებული მაღალმთიან მუნიციპალიტეტებში (ქედა, შუახევი, ხულო). დიდი ალბათობით, ამ მუნიციპალიტეტებში მოქმედი ბიზნეს-სუბიექტების რაოდენობის წილი კიდევ უფრო მცირე იქნება;
5. ბიზნეს სექტორში დასაქმებულებიდან მხოლოდ 3%-ია დასაქმებული იგივე მუნიციპალიტეტებში (ქედა, შუახევი, ხულო);
6. აჭარაში ინვესტიციების მხოლოდ 11%-ია ჩადებული 3 მუნიციპალიტეტში (ქედა, შუახევი, ხულო);
7. შრომის ბაზრის სეგმენტური კვლევა უნდა ჩაატაროს პროფესიულმა საგანმანათლებლო დაწესებულებამ
8. კვლევის ჩასატარებლად გამოყოფილია შეზღუდული დრო.

**პროფესიული საგანმანათლებლო დაწესებულება და შრომის ბაზრის კვლევა.** უკანასკნელ წლებში შრომის ბაზრის კვლევა იღებს სხვადასხვა ფორმას და მასში მონაწილეობს სულ უფრო მეტი დაინტერესებული მხარე. მოთხოვნადი პროფესიების გამოვლენაზე ორიენტირებულმა შრომის ბაზრის კვლევამ უნდა გვიჩვენოს, რომელი ცოდნა და უნარები იქნება საჭირო მომავალში ბიზნესისთვის, რომელ უნარებზეა მოთხოვნა დღევანდელ დღეს, როგორია შეუსაბამობა დასაქმებულთა კომპეტენციებსა და დღევანდელ მოთხოვნებს შორის და ა.შ.

შრომის ბაზრის ასეთი კვლევის ჩატარების შედეგად პროფესიული საგანმანათლებლო დაწესებულება აღჭურვილი იქნება ისეთი საინფორმაციო ბაზით, რომელიც შეიძლება საფუძველი გახდეს ახალი პროფესიული საგანმანათლებლო და მომზადება/გადამზადების პროგრამების შექმნის და სწავლების ახალი ფორმების შეთავაზების.

საქართველოში და მათ შორის აჭარის მაღალმთიანეთში, შრომის ბაზარს აქვს ლოკალური ხასიათი: სხვადასხვა მიზეზის გამო სამუშაო ძალის მობილურობა აქ ძალიან დაბალია. ასეთ სიტუაციაში, შრომის ბაზარი იძენს კიდევ უფრო მეტ მნიშვნელობას. როგორც აღვნიშნეთ, პროფესიულ საგანმანათლებლო დაწესებულებას შეუძლია ჩაატაროს შრომის ბაზრის ანალიზი მხოლოდ შეზღუდული ფორმით, რაც თავის მხრივ გულისხმობს კვლევისადმი ადგილობრივ მიდგომას, რაც ასევე განპირობებულია ადგილობრივი სპეციფიკით. ამას გარდა, ასეთი ფორმით, რეგულარულად ჩატარებული კვლევა შეიძლება გახდეს საფუძველი პროფესიული საგანმანათლებლო დაწესებულების ახალი სტრატეგიისა და გეგმების ჩამოყალიბების.

**კვლევის რომელი მეთოდი უნდა გამოიყენოს პროფესიულმა საგანმანათლებლო დაწესებულებამ შრომის ბაზრის ანალიზის დროს?** დასაწყისშივე უნდა განისაზღვროს თუ კვლევის რომელი მეთოდი იქნება გამოყენებული: რაოდენობრივი თუ თვისობრივი. აქ შეიძლება დავსვათ ასეთი კითხვა: გვინტერესებს თუა არა იმ დასაქმებულთა რაოდენობა, რომლებიც დაქირავებულნი არიან საწარმოებში ამა თუ იმ პროფესიის მიხედვით, როგორია მათი შრომის პირობები, თუ გვინტერესებს მოთხოვნადი პროფესიები და ამ პროფესიის შესაბამისად განსაზღვრა იმ ცოდნისა და უნარების, რომელთაც უნდა ფლობდეს კვალიფიციური სამუშაო ძალა? ან მოსალოდნელი ცვლილებები მოთხოვნად პროფესიებში თუ უნარების პროფილში?

ცალკე აღებული ერთი პროფესიული საგანმანათლებლო დაწესებულებისთვის არსებობს სერიოზული არგუმენტები, რათა მან შრომის ბაზრის ანალიზის დროს ძირითადად გამოიყენოს კვლევის თვისობრივი მეთოდი:

- შეზღუდული შესაძლებლობები. იმისათვის, რომ ჩატარდეს კვლევა რაოდენობრივი მეთოდის გამოყენებით, პროფესიულ საგანმანათლებლო დაწესებულებას უნდა გააჩნდეს მაღალი კვლევითი შესაძლებლობები, სერიოზული ინფორმაცია და ჰყავდეს დიდი რაოდენობით გამოსაკვლევი ობიექტი. რაოდენობრივ კვლევას განაპირობებს ეკონომიკის ცალკეული სფეროს სპეციფიკა, ასევე პოლიტიკური გადაწყვეტილებები და პრიორიტეტები. როგორც წესი, პროფესიულ საგანმანათლებლო დაწესებულებას (მათ შორის პროფესიული კოლეჯი „ბლექ სი“) ასეთი შესაძლებლობები არ გააჩნია
- გამოსაკვლევი ობიექტების სიმცირე. აჭარაში რეგისტრირებული ბიზნესის მხოლოდ 5%-ია რეგისტრირებული მაღალმთიან მუნიციპალიტეტებში (ქედა, შუახევი, ხულო). დიდი ალბათობით, ამ მუნიციპალიტეტებში მოქმედი ბიზნეს-სუბიექტების რაოდენობის წილი კიდევ უფრო მცირე იქნება;

- ქვეყანაში კვლევითი ორგანიზაციების არსებობა. როგორც წესი, მრავალ განვითარებულ ქვეყანაშიც კი რაოდენობრივ კვლევას ატარებენ ან კვლევითი ინსტიტუტები, რომლებიც მუშაობენ პროფესიული განათლების განვითარებასა თუ შრომის ბაზრის კვლევაზე, ან დასაქმების სამსახურები (სახელმწიფო თუ კერძო). მათ მიერ ჩატარებული რაოდენობრივი კვლევის შედეგები იწვევენ უფრო მეტ სანდოობას და უფრო საიმედოა, ვიდრე პროფესიული საგანმანათლებლო დაწესებულების მიერ ჩატარებული კვლევა.

ზემოთაღნიშნული რა თქმა უნდა არ ნიშნავს იმას, რომ პროფესიულ საგანმანათლებლო დაწესებულებას არ უნდა აინტერესებდეს ამა თუ იმ პროფესიის რაოდენობრივი ასპექტები, განსაკუთრებით იმ პროფესიების, რომელთა მიხედვით შეიძლება დაიწეროს ახალი პროფესიული საგანმანათლებლო თუ მომზადება/გადამზადების პროგრამები და მომავალში განხორციელდეს მათ მიხედვით სწავლება. ამ ინტერესის დასაკმაყოფილებლად, პროფესიულმა საგანმანათლებლო დაწესებულებამ უნდა უზრუნველყოს შრომის ბაზრის და კონკრეტულად მოთხოვნადი პროფესიების მიხედვით ინფორმაციის მიღება სხვადასხვა წყაროდან:

- რეგულარული დიალოგი ადგილობრივ დამსაქმებლებთან
- რეგულარული კომუნიკაცია დასაქმების კერძო თუ სახელმწიფო სამსახურებთან
- რეგულარული თანამშრომლობა სტატისტიკურ სამსახურებთან
- ინფორმაციის სხვა წყაროები.

ზემოთაღნიშნულიდან გამომდინარე შეიძლება ჩამოყალიბდეს კვლევის მთავარი მიზანი:

- ❖ მოთხოვნადი პროფესიების განსაზღვრა და იმ პროფესიული ცოდნისა და უნარების იდენტიფიცირება, რომლებიც ამ პროფესიებთან იქნება დაკავშირებული.

ასევე შეიძლება ჩამოყალიბდეს მთავარი ამოცანაც:

- ❖ კონკრეტულ პროფესიებთან დაკავშირებით დამსაქმებელთა მოთხოვნებსა და კურსდამთავრებულთა პროფესიულ ცოდნა/უნარებს შორის შეუსაბამობის განსაზღვრა.

თუ შევაჯამებთ ზემოთქმულს, შეიძლება გაკეთდეს დასკვნა, რომ პროფესიულმა საგანმანათლებლო დაწესებულებამ (ე.ი. პროფესიულმა კოლეჯმა „ბლექ სი“) შრომის ბაზრის ანალიზი მიზანშეწონილია გააკეთოს კვლევის თვისობრივი მეთოდის გამოყენებით.

**სხვადასხვა დაინტერესებული მხარე.** შრომის ბაზრის რეგულარული შეფასების სისტემა რა თქმა უნდა მრავალი ორგანიზაციის ინტერესს წარმოადგენს. მათი დაინტერესების მიზეზი შეიძლება მსგავსი და განსხვავებულიც იყოს. მთავარია, რომ ისინი აქტიურად იყვნენ ჩართული ყველა იმ პროცესში, რომელიც შრომის ბაზართან და მისგან გამომდინარე გამოწვევებთან არის დაკავშირებული.

- **დამსაქმებლები და პროფესიული ასოციაციები.** როგორც ცალკეული დამსაქმებელი, ასევე დამსაქმებელთა და პროფესიული ასოციაციები დაინტერესებული არიან ისეთი თანამშრომლების დაქირავებაში, რომელთაც გააჩნიათ აუცილებელი და მაღალი პროფესიული უნარები. ამ კონტექსტში სიტყვა „აუცილებელი“ იძენს საკვანძო

მნიშვნელობას, რატომ? ამ საკითხთან დაკავშირებით დამსაქმებელთა მხრიდან არსებობს არანაკლებ ორი საწარმოო მიდგომა: პირველი, რომელიც ითხოვს ძალიან ვიწრო და სპეციფიკური უნარების არსებობას; მეორე, როცა დამსაქმებელი სხვადასხვა სახის სამუშაოსთან დაკავშირებით აღიარებს ინტელექტუალური შემადგენლის ზრდას და ამასთან ერთად დასაქმებულებში სხვადასხვა რესურსების დაბანდებას განიხილავს არა მხოლოდ ავტომატურ საფუძველს საქონლისა და მომსახურების წარმოებაში, არამედ როგორც დაბანდებას პოზიტიურ ცვლილებასა და განვითარებად ბაზარზე საწარმოს წარმატებით ფუნქციონირებაში. ასეთი მიდგომა მოითხოვს რაც შეიძლება მეტ მრავალმხრივ უნარს, რომელსაც ემატება ფუნქციური და პიროვნული უნარები. ეკონომიკის ზრდასთან ერთად, მეორე მიდგომა სულ უფრო აქტუალური და გამოყენებადი ხდება.

- **სამოქალაქო საზოგადოება და მთავრობა.** ისინი დაინტერესებულები არიან ისეთი მოქალაქეების არსებობაში, რომლებსაც:
  - გააჩნიათ აუცილებელი ცოდნა და უნარები, რაც შეიძლება გახდეს ეკონომიკური წინსვლის საფუძველი
  - შეუძლიათ დემოკრატიული მეთოდებით საზოგადოების კულტურული და სოციალური მემკვიდრეობის განვითარება.
- **პროფესიული კავშირები.** ისინი რა თქმა უნდა დაინტერესებულნი არიან დაქირავებულებს გააჩნდეთ აუცილებელი უნარები, მაგრამ ამასთან ერთად, ისწრაფვიან შემცირდეს სოციალური უთანასწორობა და მოსახლეობაში სოციალურად დაუცველი ფენების წილი.
- **კერძო პირებს** აქვთ სურვილი გააჩნდეთ ისეთი აუცილებელი ცოდნა და უნარები, რომელიც განაპირობებენ მათ ოპტიმალურ განვითარებას და უზრუნველყოფენ მაღალ მატერიალურ კეთილდღეობას.
- **არასამთავრობო ორგანიზაციები.** როგორც წესი, ასეთი ორგანიზაციები დაინტერესებულები არიან ისეთი უნარების განვითარებაში, რომელთაც შეუძლიათ გააუმჯობესონ მოსახლეობის სხვადასხვა (მათ შორის მოწყვლადი) ჯგუფის (ქალები, რელიგიური გაერთიანებები, შშმ პირები და ა.შ.) მდგომარეობა. ამასთან ერთად, ისინი ხელს შეუწყობენ საზოგადოების განვითარებას განსაკუთრებული მიმართულებებით (დემოკრატიული განვითარების ჯგუფები, გარემოს დაცვის ჯგუფები და ა.შ.).
- **განათლების ორგანიზატორები და ტრენინგ-პროვაიდერები.** მათი ინტერესია და ვალდებულებაა, რომ შრომის ბაზარს მიაწოდონ აუცილებელი უნარების მქონე მაღალკვალიფიციური ძალა, რომლებიც აკმაყოფილებენ დაინტერესებული მხარეების მოთხოვნებს და ინტერესებს.

**შრომის ბაზრის სეგმენტური კვლევის ძირითადი ფაქტორები. გრძელვადიანი თანამშრომლობა დამსაქმებლებთან.** იმის გამო, რომ ამ დოკუმენტის მიზანს წარმოადგენს პროფესიული კოლეჯის მიერ შრომის ბაზრის სეგმენტური კვლევის ჩატარება, ამიტომ განხილვის ძირითადი თემა იქნება პროფესიულ კოლეჯსა და ადგილობრივ დამსაქმებლებს შორის გრძელვადიანი ურთიერთობების ჩამოყალიბება და განვითარება.

აუცილებელია აღინიშნოს, რომ ადგილობრივ დამსაქმებლებს, პროფესიულ საგანმანათლებლო დაწესებულებებს, სტუდენტებსა და კურსდამთავრებულებს გააჩნიათ ერთმანეთის საწინააღმდეგო მიზნები:

- დამსაქმებლების დიდი ნაწილი კონცენტრირებულია მიმდინარე გამოწვევებსა და პროფესიებისა და უნარების დღევანდელ დეფიციტზე. ისინი არ აძლევენ თავს იმის ფუფუნებას, რომ განიხილონ სტუდენტების ფართო კომპეტენციების მიმართ გრძელვადიანი მოთხოვნები
- დამსაქმებელთა მოთხოვნები შეიძლება ძალზე სპეციფიკური იყოს
- დამსაქმებლები შეიძლება არასათანადოდ იყვნენ ინფორმირებულები მომავალ პერსპექტივებთან დაკავშირებით და შესაბამისად ვერ შეძლონ პროგნოზების გაკეთება
- დამსაქმებლები არ არიან დაინტერესებულები თვითდასაქმებულთა და არაფორმალური სექტორის მოთხოვნებით
- დამსაქმებლები არც თუ ისე ხშირად ითვალისწინებენ მოსახლეობის სოციალურად დაუცველი ფენების მოთხოვნებს.

ევროკავშირის ქვეყნების პროფესიული კოლეჯებისგან განსხვავებით, საქართველოს პროფესიულ საგანმანათლებლო დაწესებულებებს არა აქვთ მჭიდრო, გრძელვადიანი ურთიერთობები დამსაქმებლებთან: დამსაქმებლები ხშირ შემთხვევაში არ მონაწილეობენ სასწავლო პროგრამების შემუშავების კონსულტაციებში ან ამ მიზნით შექმნილ საკონსულტაციო ორგანოში, თავიანთ საწარმოში სტუდენტებს არ ატარებენ სრულფასოვან სასწავლო პრაქტიკას (მითუმეტეს სრულყოფილ „სამუშაოზე დაფუძნებულ სწავლებას“), არ აწვდიან სასწავლო დაწესებულებებს დანადგარებს და სასწავლო მასალებს, არ იღებენ საწარმოში კოლეჯის პერსონალს კვალიფიკაციის ამაღლების, გადამზადების და მათ სფეროში ახალი ტექნოლოგიური მიღწევების დაუფლების მიზნით.

დამსაქმებელთა ასეთი პოზიცია პროფესიული განათლების მიმართ ნიშნავს, რომ დამსაქმებლების დიდი ნაწილი არ განიხილავს პროფესიულ საგანმანათლებლო დაწესებულებებს როგორც მათ მოთხოვნებზე სწრაფად და ეფექტურად მორეაგირე განათლების წყაროს, არც როგორც მაღალკვალიფიციური სამუშაო ძალის მიწოდების გრძელვადიან ინსტიტუციას.

დღევანდელ დღეს საგანმანათლებლო სისტემა და შრომის ბაზარი უნდა რეაგირებდნენ ერთმანეთის სიგნალებზე. უფრო მეტიც, შრომის ბაზარი უნდა კარნახობდეს პროფესიულ საგანმანათლებლო სისტემას შემდგომ ნაბიჯებს და განსაზღვრავდეს მის სტრატეგიას. თავის მხრივ, პროფესიული კოლეჯი ისეთ უნარებს უნდა თავაზობდეს სტუდენტს, რომელიც

კონკურენტუნარიანი იქნება შრომის ბაზარზე, ხოლო დამსაქმებლები კურსდამთავრებულის სამუშაოზე აყვანის დროს მნიშვნელოვნად გაითვალისწინებენ პროფესიული კოლეჯის მიერ გაცემულ რეკომენდაციებსა და დოკუმენტებს. პროფესიულ საგანმანათლებლო დაწესებულებებს უნდა გააჩნდეთ სათანადო ინფორმაცია შრომის ბაზრისა და დამსაქმებლების მოთხოვნების შესახებ. ამ მიზნით მათ უნდა მიიწვიონ დამსაქმებლები (დამსაქმებელთა გაერთიანებები) საგანმანათლებლო/გადამზადების პროგრამების შემუშავებაში, სტუდენტების თუ მასწავლებელთა მიერ სასწავლო (ასევე „სამუშაოზე დაფუძნებული სწავლება“) თუ საწარმოო პრაქტიკის განხორციელებაში აქტიური მონაწილეობის მიღების მიზნით.

ერთმა, ცალკე აღებულმა პროფესიულმა საგანმანათლებლო დაწესებულებამ დამსაქმებლებთან (ცალკეული დამსაქმებელი ან დამსაქმებელთა გაერთიანებები) ურთიერთობების დამყარების დროს უნდა გამოიყენოს ჰოლისტიკური მიდგომა. პრაქტიკულად ეს იმას ნიშნავს, რომ მათი ურთიერთობა არ უნდა ატარებდეს ერთჯერად, ცალკეულ და შემთხვევით ხასიათს, არამედ წარმოადგენდეს გრძელვადიან, ურთიერთსასარგებლო თანამშრომლობას. თუმცა ამ გზაზე არსებობს მრავალი პრობლემა. მაგალითად, ბევრ საწარმოს საერთოდ არ გააჩნია ახალი პერსონალის დაქირავების მოთხოვნა ან საერთოდ არ იცის მომავალში თვითონ საწარმოს რა ბედი ელის. მეორე მხრივ, არსებობენ წარმატებული და განვითარებული კომპანიები, რომლებიც საწარმოო პროცესში ნერგავენ ინოვაციურ, მაღალ ტექნოლოგიებს, რასაც არცთუ იშვიათად მივყავართ პერსონალის რაოდენობის შემცირებამდე. თუმცა, სხვა მხრივ, ასეთ ტიპის საწარმოებში მკვეთრად იზრდება მოთხოვნა შესაბამისი პროფილის მაღალკვალიფიციურ სამუშაო ძალაზე. სწორედ ეს უკანასკნელი უნდა გახდეს სტიმული გრძელვადიანი და ურთიერთსასარგებლო თანამშრომლობის. ასეთი საწარმოსთვის პროფესიული კოლეჯის მხრიდან შეთავაზებული უნდა იქნეს ადამიანურ რესურსებთან დაკავშირებული პრობლემის გადაწყვეტის ეფექტური, მოქნილი და შედარებით სწრაფი მეთოდი. ასეთ პირობებში, განვითარებადი საწარმო დიდი ალბათობით გაიაზრებს ადამიანურ კაპიტალში (მომავალი თანამშრომლები) რესურსების ჩადების და დანახარჯების გაწევის აუცილებლობას. სწორედ ამის შემდეგ არის შესაძლებელი საწარმომ დაიწყოს (ან დათანხმდეს) სრულფასოვანი დიალოგი საგანმანათლებლო დაწესებულებასთან. რა თქმა უნდა აქ იგულისხმება, რომ საგანმანათლებლო დაწესებულება თავის სიმალლეზე დგას.

საწარმოს მესვეურთა აზრით, ერთ-ერთი ყველაზე ხელშემშლელი ფაქტორი „საწარმო-პროფესიული კოლეჯი“ ურთიერთობაში არის ის, რომ კურსდამთავრებულთა პრაქტიკული უნარების ნაკლებობა (ან არარსებობა) განაპირობებს საწარმოთა მხრიდან თანამშრომლობაზე უარის თქმის საფუძველს. ამიტომ, ყველა მხარე უნდა აცნობიერებდეს იმას, რომ სასწავლო (ასევე „სამუშაოზე დაფუძნებული სწავლება“) თუ საწარმოო პრაქტიკის განხორციელება წარმოადგენს სასწავლო პროცესის ყველაზე მნიშვნელოვან ნაწილს.

**მომზადება შრომის ბაზრის კვლევისთვის.** შრომის ბაზრის კვლევა შეიძლება დაეწყოს სამ ნაწილად:

- კვლევის ინსტრუმენტარიუმის მომზადება დამსაქმებლებთან და დაინტერესებულ მხარეებთან დიალოგის მიზნით
- დამსაქმებლებთან (დამსაქმებელთა გაერთიანება), პროფესიულ ასოციაციებთან და სხვა დაინტერესებულ მხარეებთან დიალოგის წარმართვა
- მიღებული ინფორმაციის დამუშავება და ანალიზი.

შრომის ბაზრის კვლევის მოსამზადებელ ეტაპს აქვს რამდენიმე მიზანი:

- სპეციალისტების მომზადება შრომის ბაზრის კვლევისთვის
- კვლევასთან დაკავშირებით დამსაქმებლების (დამსაქმებელთა გაერთიანება), პროფესიული ასოციაციების და სხვა დაინტერესებული მხარეების ინტერესების და შეხედულებების სრული თანხვედრის უზრუნველყოფა
- ცალკეული სფეროს დამსაქმებლების წინასწარი მომზადება კვლევისთვის.

კვლევის ინსტრუმენტარიუმის მომზადებამდე, აუცილებელია კონკრეტული სფეროს კვლევაში მონაწილე მხარეებთან საუბრების წარმართვა. უნდა არსებობდეს სრული რწმუნება იმისა, რომ განსახილველად წარმოდგენილი კითხვები და განსახორციელებელი ქმედებები ემთხვევა დაინტერესებული მხარეების ინტერესებს.

აჭარის მაღალმთიან მუნიციპალიტეტებში არსებული მდგომარეობა გვიბიძგებს არაორდინალური გადაწყვეტილებების მიღებისკენ. არსებობს მაღალი რისკი, რომ კვლევის ტრადიციული მეთოდებით წარმართვის შემთხვევაში, შედეგები იყოს არადამაკმაყოფილებელი და კვლევის ძირითადი მიზანი მიუღწეველი. ტრადიციული მეთოდებით კვლევის წარმართვისას, შესაძლოა ვერ მივიღოთ არათუ მოთხოვნადი ცოდნა/უნარები, არამედ ვერ განვსაზღვროთ მოთხოვნადი პროფესიებიც კი. ამ რისკების მინიმიზირების მიზნით მოწოდებულია „ჩაღრმავებული ინტერვიუს“ ჩატარება მაღალი რანგის თანამდებობის პირებთან.

„ჩაღრმავებული ინტერვიუს“ ჩატარების ძირითადი მიზანი და ამოცანებია:

- ✚ განისაზღვროს საკვლევ ტერიტორიაზე ხელისუფლების მიერ დადგენილი პრიორიტეტული სფეროები
- ✚ განისაზღვროს საკვლევ ტერიტორიაზე პრიორიტეტული სფეროები, რომელშიც მომავალში (2-3 წელი) განთავსდება უცხოური სახელმწიფო/კერძო ინვესტიციები
- ✚ განისაზღვროს საკვლევ ტერიტორიაზე პრიორიტეტული სფეროები, რომელშიც მომავალში (2-3 წელი) განთავსდება საქართველოს სახელმწიფო ინვესტიციები (სხვადასხვა სახელმწიფო ფონდი)
- ✚ განისაზღვროს საკვლევ ტერიტორიაზე პრიორიტეტული სფეროები, რომელშიც მომავალში (2-3 წელი) განთავსდება ადგილობრივი კერძო ინვესტიციები (თანაინვესტირების ფონდი და ა.შ.)

- ✦ განისაზღვროს საკვლევ ტერიტორიაზე პრიორიტეტული სფეროები, რომელშიც მომავალში (1-2 წელი) განხორციელდება სახელმწიფო პროგრამებით დაფინანსებული პროექტები.

„ჩაღრმავებული ინტერვიუს“ ჩატარება სასურველია შემდეგ თანამდებობის პირებთან:

- ✦ აჭარის ეკონომიკისა და ფინანსთა მინისტრი
- ✦ აჭარის სოფლის მეურნეობის მინისტრი
- ✦ აჭარის განათლების, კულტურისა და სპორტის მინისტრი
- ✦ აჭარის ტურიზმისა და კურორტების დეპარტამენტის უფროსი
- ✦ აჭარის ავტონომიურ რესპუბლიკაში საინვესტიციო პროექტებზე პასუხისმგებელი პირი
- ✦ ქედას, შუახევის, ხულოს და ხელვაჩაურის მუნიციპალიტეტების მერები.

კვლევისთვის აუცილებელია ჩამოყალიბდეს არანაკლებ 2 ან 3 ფოკუს ჯგუფი. ეს ჯგუფები საუკეთესო შემთხვევაში და გრძელვადიან პერსპექტივაში შეიძლება გარდაიქმნან საკონსულტაციო და სამუშაო ჯგუფებად. პირველი ჯგუფი უნდა შედგებოდეს მხოლოდ დაინტერესებული მხარეების წარმომადგენლებისგან - დამსაქმებელთა ასოციაციები, ადგილობრივი თვითმმართველობა, პროფესიული ასოციაციები, დასაქმების სამსახურები, არასამთავრობო ორგანიზაციები. ამ ჯგუფს პირობითად შეიძლება დავარქვათ „დაინტერესებულ მხარეთა ჯგუფი“. აჭარის შემთხვევაში „დაინტერესებულ მხარეთა ჯგუფს“ შეიძლება ჰქონდეს ასეთი სახე:

- აჭარის სავაჭრო-სამრეწველო პალატის წარმომადგენელი/წარმომადგენლები
- აჭარის დასაქმების სააგენტო წარმომადგენელი/წარმომადგენლები
- კერძო დასაქმების სააგენტოს წარმომადგენელი
- პროფესიული ასოციაციების (არსებობის შემთხვევაში) წარმომადგენელი/წარმომადგენლები
- აჭარის პროფესიული კავშირების წარმომადგენელი
- დამსაქმებელთა ასოციაცია (აჭარის ფილიალი) წარმომადგენელი
- აჭარის არასამთავრობო ორგანიზაციების წარმომადგენელი/წარმომადგენლები.

ასეთი ჯგუფის დაკომპლექტების მთავარი კრიტერიუმი უნდა იყოს ეკონომიკის კონკრეტულ სფეროსთან (სფეროებთან) მიკუთვნება ან პირდაპირი ინტერესის არსებობა. იდეალურ შემთხვევაში ამ ჯგუფის ძირითადი მიზნებია:

- ❖ კვლევის ინტრუმენტარიუმის შემუშავებაში ხელშეწყობა
- ❖ დამსაქმებლებთან გრძელვადიანი ურთიერთობის დამყარებაში ხელშეწყობა
- ❖ კითხვარის (ანკეტის) შემუშავებაში ხელშეწყობა, აუცილებლობის ან სურვილის შემთხვევაში კვლევაში მონაწილეობა
- ❖ კვლევის შედეგების შეფასება და რეკომენდაციების შემუშავება.

ფოკუს-ჯგუფში განსახილველი საკითხები შეიძლება იყოს:

- ❖ საკვლევ სფეროში/სფეროებში ადამიანური რესურსების აყვანა-გათავისუფლებასთან დაკავშირებული პრობლემები;
- ❖ ადამიანური რესურსების პროფესიონალიზმის, კვალიფიკაციის შეფასების პრობლემები;
- ❖ საკვლევ სფეროში/სფეროებში შრომის ბაზრის მოსალოდნელ და მიმდინარე მოთხოვნასთან დაკავშირებული საკითხები.
- ❖ საკვლევ სფეროში/სფეროებში ფუნქციონირებადი საწარმოების ძირითადი მახასიათებლები.

მეორე ჯგუფი (5-6 პირი) დამსაქმებელთა და საგანმანათლებლო დაწესებულებების წარმომადგენლებისგან უნდა შედგებოდეს. ამ ჯგუფს პირობითად „თანამშრომლობის ჯგუფი“ შეიძლება დავარქვათ.

„თანამშრომლობის ჯგუფის“ ძირითადი მიზანია:

- დამსაქმებელთან დიალოგის დამყარებისათვის აუცილებელი ინტრუმენტარიუმის ჩამოყალიბება.

ამ ჯგუფის 2-3 მონაწილე უნდა იყოს შესაბამისი სფეროს საწარმოთა კვალიფიციური და გამოცდილი წარმომადგენელი. მათი შერჩევის კრიტერიუმი შეიძლება იყოს შემდეგი:

- მოცემულ სფეროში მუშაობის გამოცდილება
- წარმომადგენლობა საწარმოს ზომის შესაბამისად (მცირე საწარმო ითხოვს მომუშავეთა მრავალმხრივ, ზოგჯერ ერთმანეთისგან განსხვავებულ კომპეტენციებს)
- მოცემული სფეროს შესახებ მაღალი ინფორმირებულობა, მათ შორის მოსალოდნელ ტექნოლოგიურ ცვლილებებთან დაკავშირებით
- საწარმოს არსებული მდგომარეობის, მომავალი სტრატეგიის და ტაქტიკის შესახებ ცოდნა და გათვინცობიერება
- მოცემული სფეროს მიხედვით შრომის ბაზრის კვლევებში მონაწილეობის გამოცდილება (სასურველი)

***შენიშვნა** - არ არის სავალდებულო, რომ საწარმოს წარმომადგენლები იყვნენ მაინცდამაინც საკვლევ ტერიტორიიდან (ჩვენ შემთხვევაში აჭარის მაღალმთიან მუნიციპალიტეტებში მოქმედი საწარმოებიდან). სასურველია ისინი იყვნენ ამ სფეროს/დარგის წარმატებული და პერსპექტიულ საწარმოთა წარმომადგენლები.*

რაც შეეხება მესამე ფოკუს-ჯგუფს, მას პირობითად შეიძლება ვუწოდოთ „ექსპერტთა ჯგუფი“ (5-6 პირი). ასეთი ჯგუფის დაკომპლექტების მთავარი კრიტერიუმი უნდა იყოს ეკონომიკის კონკრეტულ სფეროში (სფეროებში) აკადემიური ცოდნის, სწავლებისა და/ან სამეცნიერო საქმიანობის გამოცდილება.

„ექსპერტთა ჯგუფის“ საქმიანობის ძირითადი მიზანია:

- ❖ ძირითადი გამოწვევების და განვითარების ტენდენციების ანალიზი საკვლევ სფეროში/სფეროებში როგორც ქვეყნის, ასევე რეგიონის მასშტაბით

- ❖ საკვლევ სფეროში/სფეროებში საგანმანათლებლო კუთხით არსებული მდგომარეობის ანალიზი და გაუმჯობესების გზები
- ❖ კვლევის ინტერმენტარიუმის შემუშავებაში ხელშეწყობა
- ❖ კითხვარის (ანკეტის) შემუშავებაში ხელშეწყობა.

აჭარაში კვლევის განსახორციელებლად „ექსპერტთა ჯგუფს“ შეიძლება ჰქონდეს ასეთი სახე:

- ბათუმის სახელმწიფო უნივერსიტეტი
- ხიჭაურის სასწავლო უნივერსიტეტი
- ხელოვნების სასწავლო უნივერსიტეტი
- ბათუმის საზღვაო აკადემია
- გრიგოლ რობაქიძის უნივერსიტეტი.

აქ ჩვენ არ განვიხილავთ ამ ჯგუფების საქმიანობის სტიმულირების (მათ შორის ფინანსური) საკითხებს.

მოსამზადებელი პერიოდის დასასრულს აუცილებელია ჩატარდეს ფოკუს-ჯგუფები თითოეული მუნიციპალიტეტის დონეზე, სადაც შევლენ ადგილობრივი თვითმმართველოს სამსახურების ხელმძღვანელები და ამაგების წარმომადგენლები. ამ ფოკუს-ჯგუფის საქმიანობის ძირითადი მიზანია:

- ✓ განისაზღვროს საკვლევ ტერიტორიაზე ადგილობრივი ხელისუფლების მიერ დადგენილი პრიორიტეტული სფეროები
- ✓ განისაზღვროს საკვლევ ტერიტორიაზე პრიორიტეტული სფეროები, რომელშიც მომავალში (1-2 წელი) განხორციელდება მუნიციპალური პროგრამები
- ✓ განისაზღვროს საკვლევ ტერიტორიაზე პრიორიტეტული სფეროები, რომელშიც მომავალში (2-3 წელი) განთავსდება ადგილობრივი კერძო ინვესტიციები
- ✓ შესაძლებლობის ფარგლებში განისაზღვროს საკვლევ ტერიტორიაზე პრიორიტეტული სფეროების შესაბამისი მოთხოვნადი პროფესიები.

**დამსაქმებელთა მომზადება შრომის ბაზრის კვლევისთვის.** აუცილებელია თავიდანვე გვახსოვდეს, რომ დაგეგმილი კვლევა ტარდება მომხმარებლისთვის და არა პირიქით. შრომის ბაზრის კვლევის შედეგები წარმატებული ვერ იქნება, თუ დამსაქმებელთან ურთიერთსასარგებლო ურთიერთობები თვითდინებაზეა მიშვებული და თუ დამსაქმებლების აზრით, ეს საქმიანობა თავსმოხვეულია და იძულებით ხასიათს ატარებს. ამ მიზნით, ხშირად შეიძლება ჩატარდეს დამსაქმებელთან არაფორმალური შეხვედრები, რომლებსაც ადგილობრივი ხელისუფლების წარმომადგენლებიც დაესწრებიან. რეგულარული დისკუსიების შემდეგ, დამსაქმებლები სრულად და ცხადად გაიგებენ შრომის ბაზრის კვლევის ჩატარების მიზნებსა და ამოცანებს. ამასთან, ისინი მზად იქნებიან პროფესიულ კოლეჯთან თანამშრომლობისთვის ოპტიმალური შედეგების მისაღწევად.

ასეთ რეგულარულ, არაფორმალურ შეხვედრებში მონაწილეობა უნდა მიიღოს კონკრეტული სფეროს რაც შეიძლება მეტმა ავტორიტეტულმა და წარმატებულმა საწარმომ (მათმა წარმომადგენლებმა). თუ პროფესიულ საგანმანათლებლო დაწესებულებას ამ სფეროს საწარმოების შესახებ არა აქვს საკმარისი მონაცემთა ბაზა, შეიძლება გამოყენებულ იქნას სხვა წყაროებიც:

- ადგილობრივი დასაქმების სამსახური
- ადგილობრივი დარგობრივი ორგანიზაციები
- ადგილობრივი სავაჭრო პალატა
- ადგილობრივი ხელისუფლება
- რეგისტრირებული კომპანიები.

ასეთ შეხვედრებში კონკრეტული დარგის/სფეროს რაც შეიძლება მეტი წარმომადგენლის მონაწილეობა შექმნის შესანიშნავ პლატფორმას მომავალი კვლევის ჩასატარებლად, ხოლო მეორე მხრივ, საფუძველს ჩაუყრის პროფესიულ საგანმანათლებლო დაწესებულებასთან დამსაქმებლების მჭიდრო ურთიერთობას.

**კითხვარის შემუშავება.** მეთოდოლოგიური მიდგომა განაპირობებს კითხვარის ფორმას. აქ საუბარი გვექნება მხოლოდ დამსაქმებლებთან დაკავშირებულ კითხვართან („დამსაქმებლის კითხვარი“). გარდა ამისა, მოსამზადებელ ეტაპზე კითხვარი უნდა შემუშავდეს როგორც „ჩაღრმავებული ინტერვიუსთვის“, ასევე ცალკეული ფოკუს-ჯგუფისთვის, რადგან თითოეულ ფოკუს-ჯგუფს თავისი სპეციფიკური მიზნები გააჩნია.

შრომის ბაზრის კვლევა უნდა ჩავატაროთ ინტერვიუს ფორმით „დამსაქმებლის კითხვართან“. აქ უნდა გამოვრიცხოთ კვლევის ისეთი ფორმა (უკონტაქტო), როგორცაა დამსაქმებლების მიერ გაგზავნილი კითხვარის შევსება. კვლევის ეს კონტაქტური ფორმა (ინტერვიუ) კიდევ ერთხელ აძლიერებს პრინციპს: *შრომის ბაზრის კვლევა განიხილება როგორც მნიშვნელოვანი ფაქტორი მუდმივი დიალოგისა ადგილობრივ დამსაქმებლებსა და პროფესიულ საგანმანათლებლო დაწესებულებას შორის.* აღნიშნულ მიდგომაზე არჩევანის გაკეთება ამ საქმიანობის მარკეტინგულ ხასიათში მდგომარეობს. ინტერვიუს ჩატარება წარმოადგენს ბრწყინვალე შესაძლებლობას მარკეტინგისთვის.

შრომის ბაზრის კვლევის შედეგები შეიძლება გამოყენებულ იქნას ორი მიმართულებით:

- ახალი დამატებითი მომზადების/გადამზადების კურსების დანერგვა
- დასაქმებულთა სწავლებისა და კვალიფიკაციის ამაღლების ახალი პროგრამული კურსების შემუშავება.

ბუნებრივია, პროფესიული საგანმანათლებლო დაწესებულების მიერ ჩატარებული ინტერვიუების რაოდენობა შეზღუდული იქნება. ინტერვიუს ხარისხიანი ჩატარების მიზნით:

- ინტერვიუებები კარგად უნდა იყვნენ ინფორმირებულები
- დამსაქმებლებმა საკმარისი დრო უნდა დაუთმონ ინტერვიუს.

კითხვარი უნდა შეიმუშაოს „თანამშრომლობის ჯგუფმა“. სამწუხაროდ, არ არსებობს მარტივი ფორმულები ან უნივერსალური კითხვარები, რომლებიც შეიძლება გამოყენებულ იქნეს ყველა დროში და ნებისმიერ სიტუაციაში. მიუხედავად ამისა, ზოგიერთი ძირითადი პრინციპი შეიძლება აღინიშნოს:

- მთელი ძალისხმევა უნდა მიიმართოს იქეთ, რომ კითხვარზე მუშაობისას ოპტიმალურად იქნეს გამოყენებული როგორც დამსაქმებელთა, ასევე პროფესიული საგანმანათლებლო დაწესებულების წარმომადგენელთა ცოდნა და გამოცდილება. ეს ნიშნავს, რომ უკეთესია კითხვარზე იმუშაოს მთელმა გუნდმა ერთდროულად და არ იყოს კითხვარი სტრუქტურის მიხედვით დანაწილებული
- აუცილებელია კითხვარის შევსებისას აქცენტი გაკეთდეს იდენტიფიცირებული პროფესიების მიხედვით „კომპეტენციების პროფილის“ განსაზღვრაზე
- დამსაქმებელბთან თანამშრომლობა უნდა წარმოართოს იმ სულისკვეთებით, რომ კითხვარის შევსება არ ატარებდეს ერთჯერად ხასიათს და ურთიერთობა დამსაქმებელბთან გრძელვადიანი თანამშრომლობის ფარგლებში რეგულარულ ხასიათს ატარებდეს. ამიტომაც არის სასურველი, რომ ამ ჯგუფმა მუდმივმოქმედი სამუშაო ჯგუფის სახე მიიღოს.

კითხვარის სტრუქტურა შედგება სამი ნაწილისგან: I. ზოგადი კითხვები II. პროფესიულ უნარებთან დაკავშირებული კითხვები III. პიროვნულ და ფუნქციურ უნარებთან დაკავშირებული კითხვები.

პროფესიულ უნარებთან დაკავშირებული კითხვები. კითხვარის ამ ნაწილში შედის ყველაზე საკვანძო კითხვები:

- მოთხოვნადი ცოდნა და უნარები
- მოთხოვნადი ცოდნა/უნარების ფარდობითი მნიშვნელობა
- ცოდნა/უნარების პროფილის ცვლილებების პროგნოზირება

კითხვარის ამ ნაწილში უნდა დადგინდეს შესაბამისობა კურსდამთავრებულების შესაძლო უნარებს და კურსდამთავრებულების უნარებთან დაკავშირებით დამსაქმებლის მოლოდინებს შორის.

**ინტერვიუ.** კითხვარის შემუშავების შემდეგ უნდა ჩატარდეს ინტერვიუ - დიალოგებით - დამსაქმებლების წარმომადგენლებთან.

ინტერვიუერი უნდა შეირჩეს „თანამშრომლობის ჯგუფიდან“ (სამუშაო ჯგუფიდან) და ისინი პროფესიული საგანმანათლებლო დაწესებულების ის 2-3 პირი უნდა იყოს, რომლებიც მონაწილეობდნენ კითხვარის შემუშავებაში. ამ მიდგომას გააჩნია თავისი უპირატესობები:

ა) ისინი კარგად იცნობენ კითხვარს და იმ იდეებს, რომელიც საფუძვლად დაედო კითხვარის შემუშავებას;

ბ) შრომის ბაზრის კვლევისას შეძენილი ცოდნა და უნარები დარჩება პროფესიულ საგანმანათლებლო დაწესებულებაში და გამოყენებული იქნება მომავალში.

ინტერვიუერების მომზადებისას აუცილებელია ყურადღება გამახვილდეს შემდეგ მომენტებზე:

- ინტერვიუს ჩატარების ტექნიკა
- უნარები, რომლებიც უნდა გააჩნდეს პროფესიული საგანმანათლებლო დაწესებულების წარმომადგენელს.

ინტერვიუს ჩატარების ტექნიკაში სწავლება მიმართული უნდა იყოს ინტერვიუს სისტემატურად ჩატარების უნარების შეძენაზე. ინტერვიუერმა ისე უნდა ააწყოს ინტერვიუ, რომ მოიცვას ყველა მომზადებული საკითხი, ასევე საკმარისი ყურადღება დაუთმოს რესპოდენტის პასუხებს.

**საწარმოთა შერჩევა.** თუ მხედველობაში მივიღებთ იმას, რომ საუბარია ადგილობრივ მიდგომაზე (აჭარის მაღალმთიანი მუნიციპალიტეტი), მიზანშეწონილია ინტერვიუსთვის მოწვეულ იქნას კონკრეტული სფეროს/დარგის რაც შეიძლება მეტი დამსაქმებელი. შეიძლება მივიღოთ ისეთი სურათი, რომ ყველა მოქმედი საწარმოს მონაწილეობის შემთხვევაშიც კი, მათი რაოდენობა კვლევისთვის შეიძლება არასაკმარისი გამოდგეს.

იმ შემთხვევაში, როცა მოქმედი საწარმოების რიცხვი საშუალოზე მეტია, ასეთ შემთხვევაში საწარმოთა შესარჩევად შეიძლება გამოყენებულ იქნას 2 კრიტერიუმი:

- ✚ სფერო/დარგი
- ✚ საწარმოს ზომა

ასევე მნიშვნელოვან საკითხს წარმოადგენს რესპოდენტების შერჩევა. შერჩევა შეიძლება განახორციელოს უშუალოდ საწარმომ, მაგრამ წინასწარი შეხვედრების დროს პროფესიულმა საგანმანათლებლო დაწესებულებამ მათ უნდა გააცნოს შერჩევის კრიტერიუმები:

- ✚ მე-4 ან მე-5 საფეხურის მაღალკვალიფიციური თანამშრომელი (სიტუაციიდან გამომდინარე შეიძლება იყოს მე-3)
- ✚ მენეჯმენტის წარმომადგენელი, რომელსაც გააჩნია ღრმა პროფესიული ცოდნა და თავისი ხედვა მოცემული პროფესიების განვითარებასთან დაკავშირებით
- ✚ სასურველია (ასეთის არსებობის შემთხვევაში) რესპოდენტად შერჩეულ იქნეს ასევე პროფესიული საგანმანათლებლო დაწესებულების კურსდამთავრებული არანაკლებ 2-3 წლის მუშაობის სტაჟით.

**ინტერვიუს ჩატარება.** გასათვალისწინებელი საკითხები ინტერვიუს ჩატარების დროს:

- ✚ ინტერვიუსთვის უნდა გამოიყოს საკმარისი დრო. ინტერვიუს საწარმოში ჩატარებისას, შესაძლოა საწარმოს დათვალთქმობა კითხვარის საკითხებთან მიმართებაში. დამსაქმებელმა ამის შესახებ წინასწარ უნდა იცოდეს
- ✚ ყველა მომზადებული საკითხი ინტერვიუმ უნდა მოიცვას
- ✚ რესპოდენტს უნდა ჰქონდეს განცდა, რომ ის საერთო საქმეში დებს თავის წვლილს

- ✦ ინტერვიუს დროს რესპოდენტის მხრიდან დამატებით შეიძლება გამოითქვას საინტერესო იდეები, რომელიც აუცილებლად ცალკე უნდა დაფიქსირდეს

**შრომის ბაზრის კვლევის შედეგების ანალიზი.** კვლევის შედეგების დამუშავებისას, მიზანშეწონილია ვიხელმძღვანელოთ 2 პრინციპით:

- ✦ აუცილებელია კვლევის შედეგების დამუშავებასა და ანალიზში მონაწილეობა მიიღონ პროფესიული საგანმანათლებლო დაწესებულების იმ წარმომადგენლებმა, რომლებიც ჩართული იყვნენ კითხვარის შემუშავებაში და რომლებმაც ჩაატარეს ინტერვიუები
- ✦ კვლევის შედეგების დამუშავება და ანალიზი უნდა განვიხილოთ როგორც უწყვეტი პროცესი. ამიტომ საქმიანობა არ უნდა იყოს დაყოფილი ეტაპების მიხედვით.
- ✦ კვლევის შედეგების დამუშავებისა და ანალიზის პროცედურები უნდა დაიგეგმოს კითხვარის შემუშავების დროს.

იმისათვის, რომ მივაღწიოთ კვლევის მთავარ მიზანს „მოცემული პროფესიების მიხედვით აუცილებელი უნარების განსაზღვრა“, მიზანშეწონილია სხვადასხვა უნარის **მნიშვნელოვნების გრადაციის დადგენა**. ამ გრადაციის დასადგენად მკაფიოდ უნდა გამოიკვეთოს მონაცემთა დამუშავების მეთოდები. შეიძლება ვიფიქროთ 2 ვარიანტის გამოყენებაზე: პირველი, როცა გამოიყენება უნარების მნიშვნელოვნების 3-საფეხურიანი გრადაცია - დაბალი, საშუალო და მაღალი; მეორე ვარიანტი, 4-საფეხურიანი გრადაცია - უმნიშვნელო, ნაკლებ მნიშვნელოვანი, მნიშვნელოვანი, ძალიან მნიშვნელოვანი. შეიძლება მონაცემები დამუშავდეს სირთულის გრადაციის, ასევე სიხშირის გრადაციის მიხედვით. თუმცა ჩვენი რეკომენდაციაა, რომ ამ ორ უკანასკნელ გრადაციაზე მუშაობა წარიმართოს პროფესიული სტანდარტის ან პროფესიული პროგრამების შემუშავების ეტაპზე.

მნიშვნელოვანია კვლევის შედეგების დამუშავების ტექნიკები: ხელით თუ კომპიუტერული პროგრამებით. ზოგადი წესი შეიძლება ასეთი იყოს: როცა კითხვარების რაოდენობა შეზღუდულია და არ აღემატება 100-ს, მონაცემები უნდა დამუშავდეს ხელით. ეს შეიძლება იმით აიხსნას, რომ კომპიუტერული პროგრამების შექმნა საჭიროებს დამატებით დანახარჯებსა და დროს. მითუმეტეს მნიშვნელოვანია თვისებრივი კვლევის დროს მონაცემების ხელით დამუშავება, რადგან კომპიუტერული პროგრამები ამუშავებს მხოლოდ ციფრობრივ მნიშვნელობებს. მას არ შეიძლება უნარების დამუშავება, რადგან იგი არ გამოიხატება ციფრებით. თუ კითხვარიდან „ღია კითხვებს“ ამოვიღებთ, ასეთ შემთხვევაში ელექტრონული ვერსიის მომზადება კიდევ უფრო დიდ დროს წაიღებს.

დამუშავებული მონაცემების ანალიზის დროს უნდა მივიღოთ შემდეგი შედეგები:

- კვლევაში ჩართული მოთხოვნადი პროფესიებისთვის კომპეტენციების პროფილის შემუშავება, რაც წარმოადგენს მოთხოვნად უნარებზე დამსაქმებლების განზოგადებულ ხედვებს
- შეუსაბამობის გამოვლენა კომპეტენციების პროფილსა და სამუშაო ძალის არსებულ კომპეტენციებს შორის
- გასაშუალებული კომპეტენციების პროფილის შედგენა

- კონკრეტულ პროფესიებთან დაკავშირებით დამსაქმებელთა მოთხოვნებსა და კურსდამთავრებულთა პროფესიულ ცოდნა/უნარებს შორის შეუსაბამობის განსაზღვრა.

ძალზე რთული იქნება ისეთი მონაცემების მიღება, რომელიც დაკავშირებულია მომავალ წლებში მოთხოვნად უნარებთან. მომავალი რა თქმა უნდა ძალიან ძნელად პროგნოზირებადია ინდივიდუალური დამსაქმებლისთვის. ამიტომ საჭიროა დამსაქმებლებთან მუდმივი დიალოგი და სწავლების ისეთი მოქნილი სისტემის შემუშავება, როცა პერიოდულად განხორციელდება შემუშავებული პროგრამების ადაპტირება უნარებზე შეცვლილი მოთხოვნების შესაბამისად.

### III. მეთოდოლოგია

თვისებრივი მეთოდები სიღრმისეულად შეისწავლის სოციალურ ცხოვრებას. ზოგადად, თვისებრივი მეთოდები შეიძლება დავახასიათოთ როგორც მეთოდები, რომელთა მეშვეობით მოპოვებული მონაცემებიც სხვადასხვა მიზეზის გამო ვერ დაექვემდებარება რაოდენობრივ ანალიზს (ეს მიზეზები შეიძლება იყოს დაკვირვებათა მცირე რიცხვი; არაფორმალიზებული მიდგომა ცალკეული შემთხვევების შესწავლისადმი, და სხვა). ამ მეთოდებს აკლია მათემატიკური სიზუსტე. მათი მეშვეობით ჩვენ ვერ მივიღებთ ინფორმაციას იმის შესახებ, თუ პროცენტულად როგორაა გავრცელებული საზოგადოებაში ესა თუ ის აზრი.

კვლევის მხოლოდ ეს მეთოდები გვაძლევს საშუალებას, შევისწავლოთ ამა თუ იმ მოვლენის მიზეზები; ვუპასუხოთ არა კითხვებს “რა?”, “რამდენი?” (ამ ორ კითხვას რაოდენობრივი მეთოდების მეშვეობით ვუპასუხებთ), არამედ კითხვებს “რატომ?”, “როგორ?”

თვისებრივი მეთოდების ერთ-ერთი უმთავრესი ღირსება ისაა, რომ ეს მეთოდები საშუალებას გვაძლევს, დავინახოთ და აღვწეროთ საკითხი/პრობლემა კვლევის ობიექტის თვალთ.

ვინაიდან თვისებრივი მეთოდებით მუშაობისას მკვლევარის მიზანია ინდივიდუალური საქციელის გაგება, ეს მეთოდები ხშირად “ინტერპრეტაციული სოციოლოგიის” ფარგლებში განიხილება. მაგრამ თვისებრივ მეთოდებთან დაკავშირებით ერთი სერიოზული სირთულე არსებობს: გამოკვლევის შედეგების დამუშავებისას, პრობლემური ხდება ინდივიდუალური დონიდან საერთო კანონზომიერებებზე გადასვლა, რის გამოც სოციალურ მეცნიერთა ნაწილს ეჭვი შეაქვს ამ მეთოდების მეცნიერულობაში (ამ სიტყვის პოზიტივისტური

გაგებით) ანუ იმაში, რომ მათი მეშვეობით შესაძლებელია სანდო მონაცემების მიღება. თვისებრივი მეთოდების გამოყენებისას თვისებრივი შედეგები არასოდეს არის რეპრეზენტატიული, რაც იმას ნიშნავს, რომ თვისებრივი მეთოდებით წარმართული კვლევის შედეგები არ შეიძლება განვაზოგადოთ და მოვახდინოთ მათი ექსტრაპოლაცია გენერალურ ერთობლიობაზე. მაგრამ მნიშვნელოვანია აღინიშნოს, რომ ეს არც არის თვისებრივი კვლევის მიზანი — თვისებრივი მეთოდები შეისწავლის იმას, თუ როგორ ხსნის ადამიანი მიკროგარემოს და თავის ადგილს მასში.

თვისებრივი მეთოდები მრავალ კვლევით ტექნიკას აერთიანებს. ესენია, მაგალითად:

- სიღრმისეული ინტერვიუ;
- ფოკუს-ჯგუფი და ჯგუფური ინტერვიუ;

ხშირად თვისებრივ მეთოდებზე დამყარებული კვლევა მოითხოვს ერთდროულად რამდენიმე კვლევითი ტექნიკის გამოყენებას, რაც მკვლევარს საშუალებას აძლევს, სხვადასხვა კუთხით შეისწავლოს მისთვის საინტერესო ფენომენი.

თვისებრივი მეთოდები ნაკლებადაა ფორმალიზებული, ამიტომ მათ “რბილ”, “მოქნილ” მეთოდებსაც უწოდებენ. იშვიათია შემთხვევები, როდესაც არსებობს კონკრეტული ინსტრუქციები იმასთან დაკავშირებით, თუ როგორ უნდა მოიქცეს მკვლევარი ამა თუ იმ სიტუაციაში — როგორც წესი, მას უწევს გადაწყვეტილების მიღება შექმნილი ვითარებიდან გამომდინარე, ის თითქმის ყოველთვის ითვალისწინებს კვლევის ობიექტების ინდივიდუალურ თვისებებს.

რამდენადაც თვისებრივი მეთოდების გამოყენების შემთხვევაში ძალზე მცირეა იმ აუცილებელ მოთხოვნათა სია, რომელთაც კვლევა უნდა აკმაყოფილებდეს, ასეთი კვლევის წარმატება დიდადაა დამოკიდებული ისეთ სუბიექტურ ფაქტორზე, როგორცაა მკვლევარის გამოცდილება და ოსტატობა. თვისებრივი მეთოდების გამოყენება ინდივიდუალურია, ისინი დიდ თავისუფლებას ანიჭებენ მკვლევარს, რომელიც, როგორც წესი, გამოდის არა მხოლოდ კვლევის იდეის ავტორის, მისი თეორიული ნაწილისა და პრობლემატიკის შემმუშავებლის, არამედ ასევე ემპირიული ინფორმაციის შემგროვებლის, ინტერვიუერის და/ან დამკვირვებლის როლშიც.

ის გარემოება, რომ თვისებრივი მკვლევარი არ უნდა ემორჩილებოდეს მკაცრ ინსტრუქციებს, არ ნიშნავს, რომ თვისებრივი კვლევის ჩატარება იოლია, პირიქით, ეს ძალიან რთული და შრომატევადი საქმეა, რომელიც არაჩვეულებრივ კონცენტრირებას და შრომისუნარიანობას მოითხოვს, ისევე როგორც მთელ რიგ სპეციალურ უნარ-ჩვევებს, რომელთა უმრავლესობაც მხოლოდ კვლევის ჩატარების პროცესში შეიძლება იქნეს ჩამოყალიბებული. ხშირ შემთხვევაში, თვისებრივი მკვლევარის ინდივიდუალური პასუხისმგებლობა კვლევის მსვლელობაზე და მიღებულ შედეგებზეც უფრო დიდია, ვიდრე რაოდენობრივი მკვლევარისა.

როგორც წესი, თვისებრივ მეთოდებზე დამყარებული გამოკვლევის სავსე ეტაპი, ისევე როგორც მონაცემთა დამუშავება, უფრო მეტ დროს მოითხოვს, ვიდრე რაოდენობრივი კვლევის შემთხვევაში, ვინაიდან თვისებრივი მკვლევარები სრულიად განსხვავებულ კვლევით ინსტრუმენტებზე დაყრდნობით მუშაობენ.

## გამოკვლევის პროგრამა

მიუხედავად იმისა, რომ თვისებრივი კვლევა ნაკლებად ფორმალიზებულია, მისი ჩატარებისას, აუცილებელია შედგენილ იქნეს გამოკვლევის პროგრამა. პროგრამის შედგენა აუცილებელია გამოკვლევის მიზნების, ამოცანებისა და პრობლემების ჩამოყალიბების მიზნით.

დაზვერვითი გამოკვლევა კვლევის ყველაზე მარტივი ტიპია. მისი მიზანია, შეაგროვოს პირველადი მონაცემები ამა თუ იმ პრობლემის ირგვლივ, “დაზვეროს” მისი მდგომარეობა. ასეთ გამოკვლევას, როგორც წესი, ძალიან მარტივ პროგრამაზე დაყრდნობით და მხოლოდ ერთი მეთოდის გამოყენებით ატარებენ. ყველაზე ხშირად დაზვერვითი გამოკვლევა ამა თუ იმ პრობლემის შესწავლის პირველი ეტაპია.

კვლევა რამდენიმე ეტაპისგან შედგება, რომლებიც, როგორც წესი, თანამიმდევრულად ხორციელდება. ესენია:

- ✚ გამოკვლევის პროგრამის შემუშავება
- ✚ სავსე ეტაპი, რომლის დროსაც ხდება ინფორმაციის შეგროვება
- ✚ ინფორმაციის დამუშავება
- ✚ მიღებული შედეგების ანალიზი
- ✚ კვლევის ანგარიშის მომზადება და პუბლიკაცია.

ნებისმიერი კვლევა პროგრამის შედგენით იწყება. აუცილებელია მისი შედგენის დროს მაქსიმალურად დავასაბუთოთ ჩვენი მიზნები და ამოცანები.

გამოკვლევის პროგრამის მთავარი მიზანია გამოკვლევის პრობლემის განსაზღვრა, მისი აქტუალობის დასაბუთება და ამ პრობლემის შესწავლისთვის შერჩეული გზების მართებულობის დამტკიცება. პროგრამა უნდა პასუხობდეს კვლევითი კითხვების ლოგიკურ თანამიმდევრობას:

- რა უნდა შევისწავლოთ?
- რა მიზნების მისაღწევად უნდა შევისწავლოთ?
- სად და რა პირობებში უნდა შევისწავლოთ?
- კვლევის რა საშუალებების გამოყენებით უნდა შევისწავლოთ?

ამ კითხვებზე პასუხების ჩამოყალიბება გამოკვლევის უკეთ მომზადებასა და ჩატარებაში გვეხმარება.

პროგრამის მეთოდოლოგიურ ნაწილში, რომელიც თეორიული ხასიათისაა, ხდება:

(1) სოციალური პრობლემის ჩამოყალიბება და მისი აქტუალობის დასაბუთება;

- (2) გამოკვლევის ობიექტისა და თემის განსაზღვრა;
- (3) დასმული პრობლემიდან გამომდინარე, გამოკვლევის მიზნის (ან მიზნების) და ამოცანების დასახვა;
- (4) გამოკვლევის ჰიპოთეზის ჩამოყალიბება.

პროგრამის პროცედურულ (მეთოდურ) ნაწილში საჭიროა:

- (1) შესასწავლი ერთეულის (ჯგუფის) გამოყოფა;
- (2) ინფორმაციის შეგროვების მეთოდების აღწერა და დახასიათება.

### **პროგრამის მეთოდოლოგიური ნაწილი**

1. **პრობლემის ჩამოყალიბება.** შეუძლებელია სოციალური გამოკვლევის ჩატარება “საერთოდ”, მას აუცილებლად უნდა ჰქონდეს ფოკუსი, უნდა გამოიყოს კონკრეტული საკითხების ჯგუფი, რომელიც მკვლევარის ძირითადი ინტერესია. გამოკვლევის პრობლემის უკეთ ჩამოყალიბებისა და მისი აქტუალობის დასაბუთების მიზნით, აუცილებელია შესწავლილ იქნეს არსებული ლიტერატურა ამ პრობლემასთან დაკავშირებით. აგრეთვე მნიშვნელოვანია ამ პრობლემისადმი მიძღვნილი წინა კვლევების შედეგების მოძიება. გამოკვლევის პროგრამის ეს ნაწილი მიზანშეწონილია დავასრულოთ ჩვენი უშუალო კვლევითი კითხვარის ჩამოყალიბებით.
2. **გამოკვლევის თემისა და ობიექტის განსაზღვრა.** გამოკვლევის თემის გამოყოფა აუცილებელია იმისთვის, რომ კვლევა მიმართული იყოს პრობლემის სწორედ იმ მხარეებზე, რომელთა შესწავლაც კვლევის მიზანს წარმოადგენს. გამოკვლევის თემის გამოყოფა პრობლემის განსაზღვრის შემდეგ ხდება და მის ყველაზე მნიშვნელოვან მახასიათებლებს უკავშირდება. გამოკვლევის ობიექტის განსაზღვრა ადვილია გამომდინარე იმ თემიდან, რომლის შესწავლაცაა დაგეგმილი.
3. **გამოკვლევის მიზნისა და ამოცანების დასახვა.** ამოცანები ამ მიზნის დაკონკრეტების შედეგია. მაგალითად, თუ გამოკვლევის მიზანი კახეთში გვალვის შედეგების შეფასებაა, მისი ამოცანები შეიძლება იყოს გვალვის გამო ყველაზე მეტად დაზარალებული გლეხებისთვის დახმარების შესაძლო გზების შემუშავება.
4. **გამოკვლევის ჰიპოთეზის ჩამოყალიბება.** ნებისმიერი სოციალური გამოკვლევის ჩატარებას წინ უსწრებს მეტ-ნაკლებად ჩამოყალიბებული მოსაზრება იმის შესახებ, თუ რა ბუნების პრობლემასთან გვაქვს საქმე, რაა მისი წარმოშობის მიზეზები და როგორი შეიძლება იყოს მისი გადაჭრის გზები. გამოკვლევის ჩატარების შედეგად ჰიპოთეზა ან დადასტურდება, ან უარყოფილი იქნება.

### **პროგრამის პროცედურული ნაწილი**

1. შესასწავლი ჯგუფის გამოყოფა ეყრდნობა გამოკვლევის ობიექტის განსაზღვრას, რომლის შედეგად გამოიყოფა კონკრეტული მახასიათებლები, რომლებიც უშუალოდ უნდა იქნეს შესწავლილი. სოციალურ გამოკვლევებში აუცილებელია შესასწავლი

ერთეულების შერჩევა, რადგან პრაქტიკულად შეუძლებელია გამოკვლევის ობიექტში განსაზღვრული ყველა ერთეულის ანუ გენერალური ერთობლიობის ყველა წარმომადგენლის შესწავლა. გენერალური ერთობლიობის ამ ნაწილს შერჩევითი ერთობლიობა ჰქვია, და მისი ამორჩევა განსაკუთრებულ კანონზომიერებებს ეყრდნობა. შესასწავლი ჯგუფის გამოყოფას სხვადასხვა მნიშვნელობა აქვს რაოდენობრივი და თვისებრივი მეთოდების გამოყენებისას. როგორც უკვე აღვნიშნეთ, რაოდენობრივი მეთოდებით მუშაობა მოითხოვს შერჩევის რეპრეზენტატულობის უზრუნველყოფას, მაშინ როდესაც თვისებრივი მეთოდებით მუშაობისას ასეთი მოთხოვნა არ არსებობს.

2. ინფორმაციის შეგროვების მეთოდები აღწერილი უნდა იყოს პროგრამის დასკვნით ნაწილში. აქ აღვნიშნება, კვლევის რომელ მეთოდებს და რატომ ანიჭებენ უპირატესობას გამოკვლევის ორგანიზატორები. გარდა ამისა, მიზანშეწონილია სპეციალურ დანართში მოყვანილი იქნეს ყველა ის კვლევითი ინსტრუმენტი (კითხვები, ინსტრუქციები და სხვა), რომლებიც გამოყენებული იქნება გამოკვლევის ჩატარებისას.

## სიღრმისეული ინტერვიუ

როგორც ცნობილია, ინტერვიუ ინფორმაციის შეგროვების ერთ-ერთი ყველაზე ფართოდ გავრცელებული საშუალებაა.

თავისი სტრუქტურისა და კითხვების ტიპიდან გამომდინარე, ინტერვიუ შეიძლება იყოს სტრუქტურირებული; ნაწილობრივ სტრუქტურირებული და არასტრუქტურირებული.

სიღრმისეული ინტერვიუ, რომელიც თვისებრივი კვლევის ერთ-ერთი “სავიზიტო ბარათია”, ძალზე განსხვავებულ ტიპს წარმოადგენს და ნაწილობრივ სტრუქტურირებული ინტერვიუების რიცხვს განეკუთვნება, ანუ იკავებს შუალედურ პოზიციას სტრუქტურირებულ და არასტრუქტურირებულ ინტერვიუებს შორის. ყველა ამ შემთხვევაში, ამ მეთოდს აერთიანებს ის გარემოება, რომ ის მიზნად ისახავს რესპონდენტებისგან დეტალური, ღრმა და თანამიმდევრული ინფორმაციის მიღებას მათი ცხოვრებისეული გამოცდილების შესახებ, რომლის საფუძველზეც შესაძლებელი გახდება გარკვეული საზოგადოებრივი კანონზომიერებების დადგენა, ზოგ შემთხვევაში კი საერთო ხასიათის დასკვნების გაკეთება.

ხშირად გამოიყოფა სიღრმისეული ინტერვიუს შემდეგი ფაზები: პრეინტერვიუ, თავად ინტერვიუ (ინტერვიუ) და პოსტინტერვიუ. ყოველ მათგანს თავისი ფუნქცია აქვს.

პრეინტერვიუს მთავარი მიზანია კონტაქტის დამყარება რესპონდენტთან. სწორედ პრეინტერვიუს დროს უნდა ავუხსნათ მას გამოკვლევის მიზანი და ის, თუ როგორ იქნა არჩეული რესპონდენტად კონკრეტულად ეს პიროვნება.

ინტერვიუ წარმოადგენს კითხვა-პასუხის გაცვლის პროცესს ინტერვიუერსა და რესპონდენტს შორის, რომლის მსვლელობაშიც მკვლევარი იღებს მისთვის საჭირო ინფორმაციას.

პოსტინტერვიუ რესპონდენტისა და ინტერვიუერის დამშვიდობების პროცესია, მაგრამ ამასთან რიგ დამატებით ფუნქციასაც ასრულებს. სწორედ პოსტინტერვიუს დროს შეიძლება მოლაპარაკებელი იქნეს შემდგომი შეხვედრის შესაძლებლობა.

## მეთოდის დახასიათება

ერთი შეხედვით, სიღრმისეული ინტერვიუ წააგავს თავისუფალ საუბარს მკვლევარსა და რესპონდენტს შორის, თუმცა ეს ასე არ არის. წარმატებული ინტერვიუს ჩატარებას მთელი რიგი პროფესიული უნარების დაუფლება და საკმაოდ მდიდარი პრაქტიკული გამოცდილება განაპირობებს. ეს არის მეთოდი, რომელში დახელოვნებაც მხოლოდ მისი გამოყენების პროცესშია შესაძლებელი.

სიღრმისეული ინტერვიუს მიზანია, გავიგოთ რესპონდენტების მაქსიმალურად დეტალური მოსაზრებები შესასწავლ საკითხთან დაკავშირებით. ამიტომ “როგორ?” და “რატომ?” კითხვები ყველაზე ხშირი და სასარგებლოა ამ ტიპის ინტერვიუში. არანაკლებ ხშირად აქვს ადგილი თხოვნას რესპონდენტისადმი, დაწვრილებით აგვიღწეროს ესა თუ ის შემთხვევა თავისი ცხოვრებიდან და მისი შთაბეჭდილებები, მისი რეაქცია ამ შემთხვევასთან დაკავშირებით. მისი დამოკიდებულება და მის მიერ ჩვენთვის საინტერესო მოვლენების შეფასება.

მნიშვნელოვანია აღვნიშნოთ, რომ სიღრმისეულ ინტერვიუს, როგორც წესი, ატარებს არა დაქირავებული ინტერვიუერი, რომელსაც არა აქვს მიღებული მონაწილეობა კვლევის დაგეგმვის პროცესში, არამედ თავად მკვლევარი, რომელიც მუშაობდა გამოკვლევის პროგრამის შედგენაზე, წინასწარ შეისწავლა სოციალური პრობლემა. “იყო კარგი ინტერვიუერი, ნიშნავს იცოდე, თუ რა სახის ინფორმაციაა საჭირო კვლევისთვის და შეგწევდეს უნარი, დაეხმარო რესპონდენტს მოგვეცეს ეს ინფორმაცია” (რობერტ ვაისი).

სიღრმისეული ინტერვიუს ჩატარების მიზნით, მკვლევარი არ ამზადებს სტრუქტურირებულ კითხვარს, მაგრამ მას ყოველთვის აქვს შედგენილი სავარაუდო კითხვების და მათი სასურველი თანმიმდევრობის წერილობითი მონახაზი, რომელიც ემყარება ინტერვიუს პროცესში განსახილველი თემებისა და საკითხების წინასწარ შესწავლას. ამ მონახაზს სადისკუსიო გეგმა ეწოდება. სადისკუსიო გეგმა მკვლევარის სამუშაო ინსტრუმენტია, რომელიც გვებმარება ვაკონტროლოთ ინტერვიუს პროცესი, არ გამოვტოვოთ მნიშვნელოვანი საკითხები და მაქსიმალური ინფორმაცია მივიღოთ რესპონდენტისგან ჩვენთვის საინტერესო საკითხების შესახებ.

სადისკუსიო გეგმის მომზადება აუცილებელია, თუ გვინდა მივიღოთ სანდო თვისებრივი მონაცემები, რაც შემდგომში საშუალებას მოგვცემს, შევადაროთ სხვადასხვა ინტერვიუს შედეგად მიღებული ინფორმაცია. ამავე მიზნით, განსახილველი თემების თანმიმდევრობა ინტერვიუს დროს სასურველია უცვლელი იყოს, თუმცა დასაშვებია გარკვეული ვარიაციები. მაინც არ არის სასურველი, რომ წინასწარ შემუშავებული

გეგმისგან გადახვევა, კითხვების ფორმულირებისა და თანამიმდევრობის შეცვლა ძალიან ხშირი და/ან რადიკალური იყოს.

სიღრმისეული ინტერვიუს მთავარი ღირსება ისაა, რომ ის საშუალებას გვაძლევს უშუალოდ ინტერვიუს მსვლელობისას წამოვწიოთ ან განვავითაროთ ახალი თემები, რომლებიც აქტუალურია გამოკვლევისთვის, მაგრამ სხვადასხვა მიზეზის გამო არ იქნა წინასწარ გათვალისწინებული კვლევის დაგეგმვის ეტაპზე.

სიღრმისეული ინტერვიუ ძირითადად “ღია” კითხვებზე დაყრდნობით წარიმართება, ანუ ისეთ კითხვებზე, რომლებიც არ სთავაზობენ რესპონდენტებს პასუხის შესაძლო ვარიანტებს. ასეთ კითხვებზე პასუხის გაცემისას რესპონდენტებს სრული თავისუფლება ენიჭებათ საკუთარი აზრის გამოხატვისას, მკვლევარი არანაირად არ “უბიძგებს” მათ გარკვეული კატეგორიის პასუხებისკენ.

სიღრმისეული ინტერვიუ წარმატებულია მაშინ, როდესაც მკვლევარმა მიიღო მდიდარი და დეტალური ინფორმაცია საკვლევ საკითხთან დაკავშირებით. ასეთი ინფორმაციის მიღებაში მას ხშირად ეხმარება მოთხოვნა, დააკონკრეტებინოს რესპონდენტს მისი პასუხები.

სიღრმისეული ინტერვიუს დროს მიზანშეწონილია, ინტერვიუერმა ძალიან ცოტა ილაპარაკოს. როგორც წესი, რაც უფრო უწყვეტია რესპონდენტის თხრობა, მით უფრო წარმატებულია ინტერვიუ.

სიღრმისეული ინტერვიუს ხანგრძლივობა დამოკიდებულია გამოკვლევის ტიპზე და/ან თემაზე.

### **სიღრმისეული ინტერვიუს შედეგების დამუშავების შესაძლებლობები**

არ არსებობს უნიფიცირებული მიდგომა თვისებრივი შედეგების დამუშავებისადმი. რამდენადაც თვითონ ეს მეთოდები არაა ფორმალიზებული, მათი შედეგების დამუშავების ფორმალიზაციაც ძალიან რთულია. შედეგების დამუშავება არ არის კვლევის იზოლირებული საფეხური, პირიქით, მონაცემთა ანალიზი სავსე ეტაპის დროს, ინტერვიუების ჩატარების პარალელურად იწყება.

### **ფოკუს-ჯგუფი**

ფოკუს-ჯგუფი ჯგუფური ინტერვიუს სახეობაა, რომლის მსვლელობაც გარკვეულ წესებს ემორჩილება და რომელსაც სპეციფიკური მიზნები ახასიათებს. ასევე განსხვავებულია ფოკუს-ჯგუფის ჩატარების პროცესში გამოყენებული მეთოდები, მოთხოვნები რესპონდენტთა შერჩევისადმი და მკვლევარსა და რესპონდენტებს შორის ურთიერთობის ფორმები.

ფოკუს-ჯგუფის დროს ერთდროულად რამდენიმე რესპონდენტს ვესაუბრებით (ყველაზე უფრო ხშირად მათი რაოდენობა 8-დან 10-მდე მერყეობს). და ჩვენი მიზანია, ხელი

შევუწყოთ მათ შორის აზრთა გაცვლას (აქედან გამომდინარეობს ამ მეთოდის კიდევ ერთი დასახელება — “ჯგუფური დისკუსია”).

სიღრმისეულ ინტერვიუსთან შედარებით, ფოკუს-ჯგუფს ის უპირატესობა აქვს, რომ რამდენიმე ადამიანისგან შემდგარ ჯგუფში ყოველთვის აღმოჩნდება ხოლმე ადამიანი, რომელიც სხვებთან შედარებით უფრო გულახდილია, და მისი გულახდილობა, როგორც წესი, ჯგუფის სხვა წევრების გულახდილობასაც იწვევს.

გარდა ამისა, სიღრმისეული ინტერვიუს ჩატარების პროცესში განსაკუთრებით თვალში საცემია ინტერვიუერსა და რესპონდენტს შორის არსებული სოციალური დისტანცია, რომელმაც, შესაძლოა, დამთრგუნველად იმოქმედოს რესპონდენტზე.

ფოკუს-ჯგუფში ეს სოციალური დისტანცია არ ქრება, მაგრამ აქ რესპონდენტი მარტო აღარ არის, მის გვერდით სხედან სხვა რესპონდენტები, რომლებიც, როგორც წესი, იმავე სოციალური ფენის წარმომადგენლები არიან და რომლებიც მისსავე მდგომარეობაში არიან, რაც რესპონდენტის მეტ სითამამეს იწვევს და თვითდაჯერებულობას მატებს მას.

## **მეთოდის დახასიათება**

ფოკუს-ჯგუფები საშუალებას გვაძლევს, არა მხოლოდ ძალიან ღრმად შევისწავლოთ ესა თუ ის რთული საკითხი, არამედ შევიქმნათ ნათელი წარმოდგენა ამ საკითხის ირგვლივ საზოგადოებაში არსებულ აზრთა მრავალფეროვნების შესახებ. ფოკუს-ჯგუფის დროს წარმოქმნილი დისკუსიების შედეგად უკეთ ვლინდება რესპონდენტების დამოკიდებულება გარკვეული სოციალური პრობლემებისადმი, მათი ფსიქოლოგიური განწყობები და ემოციური შეფასებები, რომლებიც ხშირად არც არის შეგნებულად გათვითცნობიერებული რესპონდენტების მიერ.

როგორც უკვე აღვნიშნეთ, ფოკუს-ჯგუფის მონაწილეთა რაოდენობა 8-დან 10-მდე მერყეობს, თუმცა ზოგ შემთხვევაში რესპონდენტთა მინიმალური რაოდენობა შეიძლება 5-6 იყოს, ხოლო მაქსიმალური — 12. რესპონდენტთა რაოდენობის მკაცრი შეზღუდვა იმიტომაა აუცილებელი, რომ ფოკუს-ჯგუფის მსვლელობაში მის ყველა მონაწილეს უნდა მიეცეს თავისი აზრის თავისუფლად და სრულად გამოთქმის საშუალება. თუ ეს პირობა არ სრულდება, ფოკუს-ჯგუფი ვერ აღწევს თავის მიზანს.

როგორც წესი, ფოკუს-ჯგუფის მონაწილეებს სპეციალური კრიტერიუმების საფუძველზე არჩევენ, ეს კრიტერიუმები კი გამოკვლევის ამოცანებითაა განპირობებული. უპირველესი მოთხოვნა მონაწილეთა შერჩევისადმი ისაა, რომ ისინი უნდა იყვნენ გათვითცნობიერებულნი იმ საკითხთან დაკავშირებით, რომელსაც ფოკუს-ჯგუფი ეძღვნება.

საერთო რეკომენდაციის თანახმად, ფოკუს-ჯგუფის მონაწილეები არ უნდა იცნობდნენ ერთმანეთს და ჯგუფის წამყვანს. ითვლება, რომ უცხო ადამიანებს შორის ჯგუფის მსვლელობისას შეიძლება ე.წ. “თანამგზავრის ეფექტი” გაჩნდეს, და რესპონდენტები მეტ

გულახდილობას გამოიჩინენ იმ ადამიანების გვერდით, რომლებსაც არ იცნობენ, ვისაც ცხოვრებაში პირველად ხედავენ. მაგრამ რიგ შემთხვევაში (მაგალითად, პატარა თემებში მუშაობისას) ამ მოთხოვნის დაკმაყოფილება ძალზე რთულია. მიზანშეწონილია, რომ ჯგუფის შემადგენლობა ჰომოგენური იყოს ასაკობრივი და სქესობრივი თვალსაზრისით. ასევე, ფოკუს-ჯგუფში ერთი და იმავე სოციალური მდგომარეობის მქონე პირები უნდა იღებდნენ მონაწილეობას. წინააღმდეგ შემთხვევაში ჯგუფის წარმატების პერსპექტივები მცირეა, ვინაიდან მის მსვლელობაში თავს იჩენს დამაბულობა, მთელი რიგი ემოციური ასპექტები, რომლებიც რესპონდენტთა ყურადღების გაფანტვას იწვევს.

ფოკუს-ჯგუფის წარმატებას დიდწილად განსაზღვრავს ჯგუფის წამყვანის, ანუ მოდერატორის ხელოვნება. მისი მთავარი დანიშნულებაა, გაუძღვეს დისკუსიას იმ სადისკუსიო გეგმის საფუძველზე, რომელიც საკითხის წინასწარი შესწავლის და გამოკვლევის პროგრამის საფუძველზე იქნა შემუშავებული. არ შეიძლება იმის თქმა, რომ სიღრმისეული ინტერვიუს და ფოკუს-ჯგუფის სადისკუსიო გეგმებს შორის რაიმე პრინციპული განსხვავებები იყოს, თუმცა ფოკუს-ჯგუფის სადისკუსიო გეგმა, რა თქმა უნდა, ორიენტირებულია რამდენიმე რესპონდენტზე.

ფოკუს-ჯგუფის ჩატარებისას, აქტუალობას კარგავს მასობრივი გამოკითხვებისთვის ძალზე მნიშვნელოვანი საკითხი იმის თაობაზე, თუ რამდენად ადეკვატურად ესმით რესპონდენტებს დასმული კითხვები. მოდერატორის ერთ-ერთ მოვალეობას სწორედ იმის უზრუნველყოფა წარმოადგენს, რომ რესპონდენტებმა სწორად გაიგონ დასმული კითხვები. ზოგჯერ მოდერატორის ჩარევა არც არის ხოლმე აუცილებელი, ვინაიდან საჭიროების შემთხვევაში ჯგუფის სხვა წევრები თავად ეხმარებიან იმ რესპონდენტს, რომელმაც ვერ გაიგო კითხვა, აზუსტებენ რა კითხვის შინაარსს. საერთოდ, ჯგუფის მსვლელობაში რესპონდენტების ურთიერთობა ერთმანეთთან ხშირად საშუალებას აძლევს მოდერატორს, ჩრდილში დარჩეს, შესაბამისად, ნაკლებად მოახდინოს გავლენა რესპონდენტების აზრებზე თავისი შეკითხვებით და კომენტარებით, რაც რა თქმა უნდა, მნიშვნელოვნად ამცირებს რესპონდენტების პასუხების რეაქტიულობას. ეს გარემოებაც ფოკუს-ჯგუფების ძალზე მნიშვნელოვან უპირატესობად ითვლება. ამასთან, ეს რა თქმა უნდა არ ნიშნავს იმას, რომ მოდერატორი ნაკლებ ყურადღებას აქცევს ჯგუფის მსვლელობისას გამართულ დისკუსიას, პირიქით, მისი ჩრდილში გასვლა, როდესაც ეს საჭიროა და სასარგებლოა ჯგუფის მსვლელობისთვის, მის მაღალ პროფესიულ ოსტატობაზე მოწმობს.

ფოკუს-ჯგუფის ჩატარება სერიოზულ მომზადებას მოითხოვს, რაც გულისხმობს თემის წინასწარ შესწავლას, გამოკვლევის პროგრამის და სადისკუსიო გეგმის შემუშავებას, აგრეთვე, ჯგუფის ჩატარების ტექნიკური მხარეების უზრუნველყოფას. შენობა, სადაც ფოკუს-ჯგუფი ტარდება, სპეციალურ მოთხოვნებს უნდა პასუხობდეს.

ერთი კვლევითი პროექტის ფარგლებში, როგორც წესი, რამდენიმე ფოკუს-ჯგუფი ტარდება, რომლებიც ხშირად განსხვავდება მონაწილეთა მაჩვენებლების მიხედვით (ქალები, მამაკაცები, სხვადასხვა ასაკობრივი ან პროფესიული ჯგუფი).

არცთუ იშვიათად, ფოკუს-ჯგუფები გამოიყენება კვლევის დაზვერვით ეტაპზე, როგორც ნაკლებად ცნობილი პრობლემის შესწავლის პირველი ნაბიჯი, რომელიც გვეხმარება საერთო ჰიპოთეზების ფორმულირებაში. გარდა ამისა, ფოკუს-ჯგუფების მსვლელობისას მიღებული ინფორმაცია მდიდარ და სასარგებლო მასალას იძლევა მასობრივი გამოკითხვის კითხვარის შესადგენად, კერძოდ, კითხვების ჩამოყალიბებისა და მათი “დახურვის” დახვეწის მიზნით.

### **ფოკუს-ჯგუფების შედეგების დამუშავების შესაძლებლობები**

ფოკუს-ჯგუფის ჩატარების შემდეგ ხდება მის მსვლელობაში ჩაწერილი საუბრის ქაღალდზე სრულად გადატანა, რის შედეგადაც იქმნება საუბრის ტრანსკრიპტი. ამ ტრანსკრიპტის საფუძველზე მკვლევარი ან მკვლევართა ჯგუფი შემდგომში ამზადებს ანგარიშს, რომელიც, კვლევის მიზნების თანახმად, შეიცავს პასუხებს გამოკვლევის პროგრამაში დასმულ კითხვებზე.

ფოკუს-ჯგუფის ანგარიში ანალიტიკური დოკუმენტია, რომელიც ჩვეულებრივ შეიცავს ციტატებს რესპონდენტთა საუბრიდან, ისევე როგორც მკვლევარის დასკვნებს, და ხშირად პრაქტიკულ რეკომენდაციებს.

რამდენადაც ფოკუს-ჯგუფი ახლოსაა სიღრმისეულ ინტერვიუსთან, ამ ორი მეთოდის გამოყენების შედეგად მოპოვებული ინფორმაციის დამუშავების ანალოგიური შესაძლებლობები არსებობს. ანალიზის პირველ ეტაპზე ხდება ინფორმაციის კოდირება, შემდეგ კი შედეგების ინტერპრეტაცია. ანალიზის საბოლოო საფეხურზე მკვლევარი აკეთებს დასკვნებს, რომლებიც წარმოადგენს პასუხს გამოკვლევის პროგრამაში დასმულ კითხვებზე.

სიღრმისეული ინტერვიუების შედეგად მოპოვებული ინფორმაციის დამუშავებისგან განსხვავებით, ფოკუს-ჯგუფების შედეგების დამუშავება დამატებით მოითხოვს გადაწყვეტილების მიღებას იმასთან დაკავშირებით, თუ რა დონეზე უნდა განხორციელდეს ანალიზი.

#### IV. რაოდენობრივი კვლევის მეთოდები

**ავტორის შენიშვნა** - იმის მიუხედავად, რომ კვლევის ეს მეთოდი არ იქნება გამოყენებული აღნიშნული პროექტის ფარგლებში, ავტორმა საჭიროდ მიიჩნია გადმოეცა რაოდენობრივი კვლევის მეთოდის ზოგადი დახასიათება. ეს თავი შედგენილია სხვადასხვა მეცნიერის და მკვლევარის ნაშრომების მიხედვით.

როდის უნდა მივმართოთ რაოდენობრივი კვლევის მეთოდს?

რაოდენობრივი კვლევის მეთოდები უაღრესად პოპულარული და ფართოდ გავრცელებულია მთელ რიგ სამეცნიერო დისციპლინებში. უდავოა, რომ რაოდენობრივი კვლევის მეთოდები მონაცემების მოპოვების საიმედო და აღიარებულ ტექნიკადაა მიჩნეული. კვლევის ეს მეთოდები საშუალებას იძლევა, სწორად განხორციელებული შერჩევის შემთხვევაში, მოსახლეობის ფართო ჯგუფებზე და გარკვეული საზოგადოების მასშტაბითაც კი მოხდეს შედეგების განზოგადება, რაც რაოდენობრივი კვლევის მეთოდების განსაკუთრებულ სანდოობაზე მეტყველებს.

მკვლევართა შორის დომინანტურია შეხედულება, რომ რაოდენობრივი კვლევის მეთოდები ობიექტური რეალობის წვდომის უკეთეს შესაძლებლობას იძლევა, ვიდრე თვისებრივი კვლევის მეთოდები, რომლებიც დიდადაა დამოკიდებული მკვლევარის სუბიექტურ ინტერპრეტაციაზე. რაოდენობრივი კვლევა მეტად ორგანიზებულად მიიჩნევა, ვიდრე თვისებრივი კვლევა. თუ თვისებრივი კვლევის დიზაინი ყალიბდება და იხვეწება თავად კვლევის პროცესში, რაოდენობრივი კვლევის ნებისმიერი ასპექტი დეტალურად მოფიქრებული და წინასწარ დაგეგმილია. ამდენად, მკვლევარისთვის უფრო იოლია თვალყურის მიდევნება, თუ როგორი წარმატებით გაიარა თითოეული ეტაპი და როდის გადაუხვია დაგეგმილი კურსიდან. შესაბამისად, სხვებსაც მეტი შესაძლებლობა აქვთ შეაფასონ მოცემული კვლევის ხარისხი და სანდოობა. მკვლევარმა არასოდეს იცის წინასწარ, თუ რა სურპრიზებს უშხადებს თვისებრივი კვლევა, რადგან შეუძლებელია გამოიცნოს, თუ როგორი ღრმა და ინფორმატიული აღმოჩნდება სიღრმისეული ინტერვიუ ან რა მოულოდნელი აღმოჩენით დასრულდება დაკვირვება. რაოდენობრივი კვლევისას კი მკვლევარმა წინასწარ იცის, თუ რას უნდა მოელოდეს კვლევისგან იმის მიუხედავად, დადასტურდება თუ უარიყოფა ჰიპოთეზები. ანკეტირების ან სტრუქტურირებული ინტერვიუს შემთხვევაში, რესპონდენტი ყოველთვის შეზღუდულია მკვლევარის მიერ წინასწარ მოფიქრებული სავარაუდო პასუხებით. ეს ყოველივე განაპირობებს იმას, რომ თვისებრივი ინტერვიუ შეიძლება საკმაოდ ხანგრძლივი აღმოჩნდეს და მისმა კოდირებამ და მონაცემების დამუშავებამ დიდი ძალისხმევა მოითხოვოს, ხოლო რაოდენობრივი ინტერვიუს სავარაუდო ხანგრძლივობა განსაზღვრულია და მისი მონაცემების დამუშავებაც გაცილებით მარტივია, ვინაიდან შეკითხვებზე პასუხები წინასწარ კოდირებულია. ამასთან, თვისებრივი მონაცემები უმეტესად ტექსტის სახით გვეძლევა, რაოდენობრივი მონაცემები კი, რადგან რიცხვების სახით გვეძლევა, სტატისტიკურად სანდოდ მიიჩნევა.

გამოკვლევის პროგრამის შემუშავება

სოციალური კვლევა გულისხმობს გამოკვლევის პროგრამის შემუშავებას, რომელიც ფაქტიურად მთელი კვლევის მონახაზია და მის დასაბუთებას ახდენს.

გამოკვლევის პროგრამა ორი ძირითადი ნაწილისგან შედგება: თეორიული და მეთოდური. პირველ ნაწილში ხდება საკვლევი პრობლემის დასმა და მისი აქტუალობის დასაბუთება, გამოკვლევის თემისა (პრობლემის ის ასპექტი, რომელსაც მკვლევარი უშუალოდ სწავლობს) და ობიექტის (შესასწავლი პოპულაცია) განსაზღვრა, გამოკვლევის მიზნისა და ამოცანების დასახვა, ასევე საკვლევი ჰიპოთეზის ჩამოყალიბება, რომელიც წარმოადგენს დასაბუთებულ ვარაუდს მოსალოდნელი შედეგების შესახებ. პროგრამის მეთოდურ ნაწილში კი ხდება შესასწავლი მოსახლეობიდან უშუალოდ კვლევაში მონაწილე ადამიანთა ერთობლიობის გამოყოფა, აგრეთვე ინფორმაციის მოპოვების მეთოდების აღწერა და დასაბუთება.

რაოდენობრივი მონაცემების მოპოვების მთავარი ინსტრუმენტია მასობრივი გამოკითხვა, რომელიც ჩვეულებრივ გულისხმობს კითხვარის შედგენას ამა თუ იმ საკითხის მიმართ მოსახლეობის დამოკიდებულებების შესასწავლად, მთელი პოპულაციიდან უშუალოდ კვლევაში მონაწილე ადამიანთა ჯგუფის გამოყოფას, ჯერ პილოტური გამოკვლევის, შემდეგ კი ძირითადი გამოკვლევის ჩატარებას, მიღებული მონაცემების დამუშავებასა და ანალიზს, და ბოლოს, კვლევის ანგარიშის შექმნას.

რაოდენობრივ კვლევასთან დაკავშირებული ეთიკური საკითხები.

ნებისმიერი სოციალური კვლევა ეთიკურ საკითხებთანაა დაკავშირებული. ეს უკანასკნელი შეადგენენ ნორმათა მთელ რიგს, რომელთაც სოციალურმა მკვლევარმა აუცილებლად უნდა მისდიოს. მკვლევარს გაცნობიერებული უნდა ჰქონდეს შესაძლო კონფლიქტები, რათა მაქსიმალურად ეთიკური კვლევა ჩატაროს. წარმოგიდგინებ ყველაზე გავრცელებულ ეთიკურ პრობლემებს, რომლებიც რაოდენობრივ კვლევას ახლავს, აგრეთვე მათი გადაჭრის შესაძლო გზებს.

ნებაყოფლობითი მონაწილეობა/ინფორმირებული თანხმობა. ვინაიდან სოციალური კვლევა ადამიანთა პირად ცხოვრებაში შეჭრას გულისხმობს და მათგან გარკვეული დროისა და ენერჯის დათმობას ითხოვს, რესპონდენტების მხრიდან კვლევაში მონაწილეობა ნებაყოფლობითი უნდა იყოს. თუმცა ეს ნორმა ცხადად გვეჩვენება, პრაქტიკაში მისი განხორციელება საკმაოდ რთულია. კვლევაში ნებაყოფლობითი მონაწილეობის იდეა ხშირად წინააღმდეგობაში მოდის კვლევის მოთხოვნებთან. რაოდენობრივი შერჩევა შერჩევის განსაზღვრული წესების დაცვას გულისხმობს და ყველა მკვლევარის მიზანია მაქსიმალურად რეპრეზენტატული შერჩევითი ერთობლიობის წარმოდგენა. ამდენად, მართალია, მკვლევარს არა აქვს უფლება რესპონდენტებს კვლევაში მონაწილეობა მოსთხოვს, ჩვეულებრივ, ის ყველაფერს აკეთებს, რათა ეს მონაწილეობა უზრუნველყოს.

რესპონდენტების დაცვა ზიანის მიყენებისგან. არ არსებობს ამგვარი შესაძლებლობებისგან თავდაცვის გარანტირებული მექანიზმი, უნდა აღინიშნოს, რომ შეკითხვის დასმის ფორმას ამ

შემთხვევაში დიდი მნიშვნელობა ენიჭება. ნებაყოფლობითი მონაწილეობის მსგავსად, რესპონდენტებისთვის ზიანის აცილების ნორმა თეორიულად მარტივად მისაღები, თუმცა პრაქტიკულად რთული განსახორციელებელია. მკვლევარის გამოცდილება საუკეთესო იარაღია ამ ეთიკური პრობლემის გადასაღებად.

ანონიმურობა და კონფიდენციალობა. რესპონდენტების ინტერესების და საფრთხოების დაცვა მათი იდენტურობის დაცვას გულისხმობს, რისი უზრუნველყოფაც ანონიმურობისა და კონფიდენციალობის საფუძველზე ხდება. რესპონდენტი ჩაითვლება ანონიმურად, როცა თავად მკვლევარს არ შესწევს უნარი ცალკეული პასუხი გარკვეულ რესპონდენტთან დაკავშიროს. კონფიდენციალობა გულისხმობს, რომ თუმცა მკვლევარს შეუძლია რესპონდენტების იდენტიფიცირება, ის არ ამხელს მათ ვინაობას. ამ მიზნით, ნებისმიერი სახელი თუ მისამართი კითხვარში საიდენტიფიკაციო ნომრით უნდა იყოს ჩანაცვლებული.

მასობრივი გამოკითხვა

როგორც აღინიშნა, მასობრივი გამოკითხვა რაოდენობრივი კვლევის ყველაზე გავრცელებული მეთოდია.

მასობრივ გამოკითხვაში 6 ძირითად ეტაპს გამოყოფენ:

- I ეტაპზე მკვლევარი შეიმუშავებს საკვლევ ჰიპოთეზებს და ირჩევს საკვლევ ინსტრუმენტს, რომლის საფუძველზეც მონაცემების მოპოვებას გეგმავს. ეს შეიძლება იყოს ანკეტირება ან სტრუქტურირებული ინტერვიუ, რომლისთვისაც კითხვარს ადგენს;
- II ეტაპზე მკვლევარი პილოტურ კვლევას ატარებს, რათა საკვლევ ინსტრუმენტის აპრობირება მოახდინოს;
- III ეტაპზე მკვლევარი შერჩევას ახორციელებს;
- IV ეტაპზე მკვლევარი უშუალოდ მონაცემების მოპოვებითაა დაკავებული ანუ ის რესპონდენტების გამოკითხვას ახდენს;
- V ეტაპზე მკვლევარი მონაცემების კომპიუტერიზაციასა და სტატისტიკურ ანალიზს ახორციელებს;
- VI ეტაპზე მკვლევარი კვლევის ანგარიშს წერს, რომელშიც გამოკვლევის თითოეულ ეტაპს აღწერს და მიღებული მონაცემების ინტერპრეტაციას ახდენს.

მასობრივი გამოკითხვის ორი ძირითადი ტიპი არსებობს: ანკეტირება და ინტერვიუ. თავის მხრივ, ანკეტირება უმთავრესად ორი სახისაა: ერთ შემთხვევაში რესპონდენტი დამოუკიდებლად ავსებს კითხვარს, რომელსაც უშუალოდ მკვლევარი აძლევს (ანკეტირების ამ სახეს პირობითად თვითადმინისტრირებულს ვუწოდებთ); მეორე შემთხვევაში კი რესპონდენტი ფოსტით (მათ შორის ელექტრონული ფოსტითაც) ღებულობს კითხვარს, დამოუკიდებლად ავსებს და ფოსტითვე უგზავნის უკან ორგანიზაციას, რომლისგანაც ის მიიღო (ანკეტირების ამ სახეს საფოსტოს ვუწოდებთ).

მასობრივი გამოკითხვის მეთოდის არჩევა

მასობრივი გამოკითხვის მეთოდის არჩევას აუცილებელია მთელი რიგი პრობლემების გათვალისწინება, რომელთაგან ყველაზე არსებითზე გავამახვილებთ ყურადღებას, ესენია: პოპულაციასთან დაკავშირებული პრობლემები, შერჩევასთან დაკავშირებული პრობლემები, შეკითხვებთან დაკავშირებული პრობლემები, პიროვნულ ფაქტორებთან დაკავშირებული პრობლემები და ადმინისტრაციული პრობლემები.

პოპულაციასთან დაკავშირებული პრობლემები:

- ვიცით თუ არა ჩვენი სამიზნე ჯგუფის ზუსტი ზომა?
- სამიზნე ჯგუფის წევრები წერა-კითხვის მცოდნენი არიან? ამაზეა დამოკიდებული ჩვენი არჩევანი, ანკეტირება გამოვიყენოთ თუ ინტერვიუ.
- არსებობს ენობრივი პრობლემები?
- თანახმა იქნება სამიზნე ჯგუფი ითანამშრომლოს ჩვენთან?
- როგორია ჩვენი სამიზნე ჯგუფის გეოგრაფიული განაწილება?
- რა ინფორმაციას ვფლობთ გამოკითხვისთვის შერჩეული ადამიანების შესახებ?
- შესაძლებელია ჩვენს რესპონდენტებთან დაკავშირება?
- ვინ იქნება ჩვენი რესპონდენტი?
- როგორ გადავჭრათ ნაკლები მონაცემების პრობლემა?

შეკითხვებთან დაკავშირებული პრობლემები:

- რა ტიპის შეკითხვების დასმაა მიზანშეწონილი? ზოგადი ინფორმაციის მოპოვება სურს მკვლევარს თუ დეტალურის? პირველ შემთხვევაში უფრო მეტად დახურული შეკითხვების გამოყენებაა მიზანშეწონილი, მეორე შემთხვევაში კი უფრო მეტად ღია შეკითხვებისა.
- საჭიროა თუ არა მფილტრავი შეკითხვების გამოყენება? მფილტრავი შეკითხვა საშუალებას გვაძლევს დავადგინოთ, რამდენად შესწევს მას უნარი უპასუხოს გარკვეულ შეკითხვას.
- დასმულ იქნება თუ არა გრძელი შეკითხვები?
- ექნება თუ არა პასუხებს შესაძლო ვარიანტების გრძელი ჩამონათვალი?

პიროვნულ ფაქტორებთან დაკავშირებული პრობლემები:

- შესაძლებელია „სოციალური სასურველობის“ ეფექტის თავიდან არიდება? ადამიანები ყოველთვის ცდილობენ კარგი შთაბეჭდილება მოახდინონ სხვაზე.
- როგორია „ინტერვიუერის გავლენის“ ეფექტი?
- შესაძლებელია თუ არა ცრუ რესპონდენტების თავიდან აცილება?

ადმინისტრაციული პრობლემები:

- ხარჯები. ხშირად სწორედ გამოკვლევასთან დაკავშირებული ხარჯები გვიბიძგებს მასობრივი გამოკითხვის ესა თუ ის მეთოდი ავირჩიოთ. შესაძლოა პირისპირ ინტერვიუს ანიჭებდეთ უპირატესობას, მაგრამ არ გქონდეთ საშუალება გაისტუმროთ

ინტერვიუერთა ტრენინგსა და მგზავრობასთან დაკავშირებული ხარჯები, აგრეთვე მათი ანაზღაურება.

- დრო. მასობრივი გამოკითხვის ზოგიერთი მეთოდი მეტ დროს მოითხოვს, ვიდრე სხვები. ინტერვიუს მეთოდით გამოკითხვის ჩატარებას მეტი დრო სჭირდება, ვიდრე ანკეტირების მეთოდით.
- აღჭურვილობა. გაქვთ შესაბამისი აღჭურვილობა კვლევის ჩასატარებლად? თუ კითხვარში ბევრი ღია შეკითხვაა და დეტალური ინფორმაციის მოპოვება გვსურს, სასურველია ინტერვიუს დიქტოფონზე ჩაწერა.
- პერსონალი. მასობრივი გამოკითხვის სხვადასხვა მეთოდს სხვადასხვა რაოდენობის პერსონალი სჭირდება. თუ ანკეტირებას ერთი ან რამდენიმე მკვლევარიც მოერევა, ინტერვიუს ჩატარებას კარგად გაწვრთნილი და გამოცდილი ინტერვიუერები სჭირდება.
- 

მასობრივი გამოკითხვის მეთოდების ძლიერი და სუსტი მხარეები

თვითადმინისტრირებული კითხვარი

ძლიერი მხარეები:

- მცირე ხარჯები, რადგან არ არის საჭირო ინტერვიუერების დაქირავება;
- „ინტერვიუერის გავლენის“ ეფექტის არარსებობა;
- ღია შეკითხვებისა და კომპლექსური შეკითხვების გამოყენების შესაძლებლობა;

სუსტი მხარეები:

- მკვლევარი ვერ აკონტროლებს, თუ რა ინტერპრეტაციას აძლევენ რესპონდენტები ცალკეულ შეკითხვას;
- რესპონდენტს შეუძლია არ დაიცვას შეკითხვების თანმიმდევრობა და, პირველ რიგში, მისთვის საინტერესო ან მარტივ შეკითხვებს უპასუხოს;

საფოსტო კითხვარი

ძლიერი მხარეები:

- ანონიმურობა;
- „ინტერვიუერის გავლენის“ ეფექტის არარსებობა;
- მკვლევარს არ უხდება თითოეულ რესპონდენტთან უშუალოდ დაკავშირება;

სუსტი მხარეები:

- ნაკლები მონაცემების მაღალი მაჩვენებელი;
- გამოკითხვა დროში გაჭიმულია.
- მკვლევარი ვერ აკონტროლებს კითხვარის შევსების გარემოებებს, ამიტომ შესაძლოა არა რესპონდენტმა, არამედ სულ სხვა ადამიანმა შეავსოს კითხვარი;
- მკვლევარს არ შეუძლია დააკვირდეს რესპონდენტის რეაქციას შეკითხვებზე ან მის ქცევას კითხვარის შევსების დროს;
- შეუძლებელია არასრულყოფილი ან ბუნდოვანი პასუხის დაზუსტება;
- შეუძლებელია გამოტოვებული პასუხის შევსება;

- შეზღუდულია ღია შეკითხვებისა და კომპლექსური შეკითხვების გამოყენება.

#### პირისპირ ინტერვიუ

##### ძლიერი მხარეები:

- პასუხის გაცემის ყველაზე მაღალი მაჩვენებელი;
- პასუხის ბარათების გამოყენების შესაძლებლობა;
- მკვლევარს შეუძლია დააკვირდეს რესპონდენტის რეაქციას შეკითხვებზე და მის ქცევას ინტერვიუს დროს;
- მკვლევარს შეუძლია კითხვარის შევსების გარემოებების გაკონტროლება;
- ღია შეკითხვებისა და კომპლექსური შეკითხვების გამოყენების შესაძლებლობა;
- არასრულყოფილი ან ბუნდოვანი პასუხების დაზუსტების შესაძლებლობა;
- ისეთი რესპონდენტების გამოკითხვის შესაძლებლობა, რომლებსაც ვერ გამოვკითხავთ სხვა მეთოდების გამოყენებით, მაგალითად, წერა-კითხვის უცოდინარი, უსინათლო;

##### სუსტი მხარეები:

- მაღალი ხარჯები (ინტერვიუერთა ტრენინგი, მოგზაურობა, სუპერვიზია და ანაზღაურება);
- „ინტერვიუერის გავლენის“ ეფექტი;
- სხვა მეთოდებთან შედარებით მეტი „სოციალური სასურველობის“ ეფექტი.

#### სატელეფონო ინტერვიუ

##### ძლიერი მხარეები:

- თვითადმინისტრირებული კითხვარისთვის დამახასიათებელი უპიროვნო კომპონენტებისა და პირისპირ ინტერვიუსთვის დამახასიათებელი პიროვნული კომპონენტების კომბინირება;
- სისწრაფე;
- პირისპირ ინტერვიუსთან შედარებით, ორჯერ იაფია;
- ადვილია ტერიტორიულად გაფანტული მოსახლეობის გამოკითხვა;
- პასუხის გაცემის მაღალი მაჩვენებელი;
- ინტერვიუერი აკონტროლებს შეკითხვების თანმიმდევრობას და შეუძლია დააზუსტოს ინფორმაცია.

##### სუსტი მხარეები:

- ისინი, ვისაც ტელეფონი არა აქვს, ვერ მიიღებენ კვლევაში მონაწილეობას;
- ინტერვიუს ხანგრძლივობა შეზღუდულია;
- მკვლევარს არ შეუძლია დააკვირდეს რესპონდენტის რეაქციას შეკითხვებზე;
- შეზღუდულია ღია შეკითხვებისა და კომპლექსური შეკითხვების გამოყენება;
- შეუძლებელია პასუხის ბარათების გამოყენება.

#### ინტერვიუსთან დაკავშირებული საკითხები

ინტერვიუ არის სოციალური ინტერაქცია ინტერვიუერსა და რესპონდენტს შორის, რომლის მიზანია ინტერვიუერის მხრიდან საჭირო ინფორმაციის მოპოვება. ამ ინფორმაციის მოპოვება სტრუქტურირებული დიალოგის საფუძველზე ხორციელდება, რომლის დროსაც

ინტერვიუერი წინასწარ მომზადებულ შეკითხვებს უსვამს რესპონდენტს და იწერს მის პასუხებს.

ინტერვიუერს მნიშვნელოვანი ფუნქციები აკისრია: მან უნდა მოახერხოს პოტენციური რესპონდენტის ინტერვიუზე დათანხმება, მისი ნდობის მოპოვება, რესპონდენტის მოტივირება. იმისთვის, რომ ინტერვიუერებმა სწორად ჩაატარონ ინტერვიუ, აუცილებელია მათ ტრენინგი გაიარონ. ტრენინგისას, ინტერვიუერებს აუცილებლად უნდა აღვუწეროთ მთლიანი კვლევა და გავაცნოთ მისი მიზნები, ავუხსნათ შერჩევის ლოგიკა და რესპონდენტთა შერჩევის კრიტერიუმები, ვესაუბროთ გამოკვლევაში მათ როლსა და „ინტერვიუერის გავლენის“ ეფექტის შემცირების გზებზე, გავაცნოთ კითხვარის თითოეული კითხვა და გავიაროთ კითხვარი თავიდან ბოლომდე, ჩავატაროთ გენერალური რეპეტიცია.

ინტერვიუ მთელი რიგი საფეხურებისგან შედგება, რაც რესპონდენტისგან თანხმობის მოპოვებით იწყება. მომდევნო საფეხურია უშუალოდ ინტერვიუების პროცესი. აქ პირველ რიგში, გასათვალისწინებელია, რომ ინტერვიუერი კარგად უნდა იცნობდეს კითხვარს და ახსოვდეს კითხვების ზოგადი თანმიმდევრობა. დამწყებ მკვლევარებს ხშირად აინტერესებთ, თუ რა გზითაა შესაძლებელი რესპონდენტებისგან უფრო სრულყოფილი პასუხების მიღება. სწორედ ამ მიზნით არსებობს „ზონდირების“ მეთოდი, რომელიც წარმოადგენს ნეიტრალურ გზას შეკითხვაზე შესაბამისი პასუხის მისაღებად, არასრულყოფილი ან ბუნდოვანი შეკითხვის დასაზუსტებლად. არსებობს ზონდირების სხვადასხვა საშუალება: ერთ-ერთია გააკეთოთ პაუზა და დაელოდოთ რესპონდენტს, სანამ რამეს იტყვის; მეორეა ნეიტრალური სახის არავერბალური კომუნიკაცია, როგორცაა თავის დაქნევა, მოლოდინის გამომეტყველების მიღება და ა.შ.; მომდევნოა მიღებული ინფორმაციის დაკონკრეტება თუ განმარტება. რაც შეეხება ღია შეკითხვებზე პასუხების მითითებას, ინტერვიუერმა რესპონდენტის სიტყვებითვე უნდა ჩაწეროს ისინი, რადგან შეჯამების ან პერიფრაზირებისას, არ დაამახინჯოს გარკვეული ინფორმაცია. მართალია, შეუძლებელია ყველა სიტყვის ჩაწერა, მაგრამ ინტერვიუერს შეუძლია საკვანძო სიტყვები და წინადადებები ჩაიწეროს, რომლებიც ყველაზე უკეთ ასახავს რესპონდენტის დამოკიდებულებას მოცემული საკითხის მიმართ.

### კვლევის ძირითადი დიზაინები

კვლევის დიზაინი სხვადასხვა პრინციპით შეიძლება იყოს აგებული, რომელთა შორის საკმაოდ გავრცელებულია მისი ქრონოლოგიური პრინციპით აგება.

ქრონოლოგიური თვალსაზრისით, კვლევის 2 ძირითადი დიზაინი არსებობს: პირველი სწავლობს მოვლენას დროის ერთ მონაკვეთში, მეორე კი დროის სხვადასხვა მონაკვეთში.

### კითხვარი

ტერმინი „კითხვარი“ სხვადასხვა მნიშვნელობით იხმარება. ჩვენ „კითხვარის“ ქვეშ ვგულისხმობთ როგორც ანკეტასა და საფოსტო კითხვარს, ისე სტრუქტურირებული ინტერვიუს ბლანკს.

არსებობს 4 სახის ინფორმაცია, რომლის მოპოვებაც შესაძლებელია კითხვარის საფუძველზე: ატრიბუტი, ქცევა, განწყობა და რწმენა.

## შეკითხვის ტიპები

ზემოთ მითითებული 4 სახის ინფორმაციის მოპოვება შესაბამისი ტიპის შეკითხვების საფუძველზეა შესაძლებელი.

არსებობს შემდეგი ძირითადი სახის შეკითხვები: ნეიტრალური ქცევითი შეკითხვები; ქცევითი შეკითხვები, რომლებზეც პასუხის გაცემა რესპონდენტს აშინებს; განწყობის გასაზომი შეკითხვები; ცოდნის შესაფასებელი შეკითხვები; შესრულების შესაფასებელი შეკითხვები; ფსიქოგრაფიული შეკითხვები და დემოგრაფიული შეკითხვები.

## შეკითხვის ფორმები

შეკითხვას 2 ძირითადი ფორმა აქვს: ღია და დახურული.

დახურულ შეკითხვაში მოცემულია პასუხის ყველა შესაძლო ვარიანტი და რესპონდენტი შეზღუდულია არჩევანში, რადგან მხოლოდ ამ ვარიანტებიდან ირჩევს პასუხს. დახურული შეკითხვის უპირატესობაა ის, რომ მასზე პასუხის გაცემა რესპონდენტისთვის შედარებით მარტივია (რადგან მკვლევარი თავად სთავაზობს შესაძლო პასუხებს და რესპონდენტს არ სჭირდება მათი გამოგონება), შესაბამისად, უფრო სწრაფიც. ამიტომ, დახურული შეკითხვები ნაკლებ გათვითცნობიერებული რესპონდენტებისთვისაც მოსახერხებელია. გარდა ამისა, დახურული შეკითხვები წინასწარ კოდირებულია, ამიტომ პასუხების კომპიუტერში შეტანა იოლია, რაც ზოგავს როგორც დროს, ისე თანხებს.

ღია შეკითხვისას რესპონდენტს შეუძლია იმგვარად გასცეს პასუხი, როგორც თავად სურს. ამდენად, ღია შეკითხვა შემოქმედებისა და თვითგამოხატვის საშუალებას იძლევა; თანაც ის ეხმარება მკვლევარს უფრო ღრმა და დეტალური ინფორმაციის მოპოვებაში. ღია შეკითხვების გამოყენება ხელსაყრელია გამოკვლევის საწყის (პილოტურ) ეტაპზე, როცა მკვლევარი მცირე შერჩევით ერთობლიობაზე ატარებს კვლევას, რათა ამ ეტაპზე მოპოვებული ინფორმაციის საფუძველზე შეიმუშაოს და დახვეწოს კითხვარი ძირითადი კვლევისთვის (ამ ეტაპზე მკვლევარს შეუძლია მონიშნოს პასუხის ყველაზე გავრცელებული ვარიანტები და ღია შეკითხვა დახურულად აქციოს). მაგრამ დახურული შეკითხვის მსგავსად, ღია შეკითხვასაც აქვს არაერთი ნაკლი. პირველ რიგში, ღია შეკითხვაზე პასუხის გაცემას მეტი დაფიქრება, შესაბამისად, მეტი დროც სჭირდება, რაც გაცილებით ახანგრძლივებს გამოკვლევის ჩატარების პროცესს; მეორეც, ღია შეკითხვაზე გაცემული პასუხების კოდირება და სტატისტიკური ანალიზი გაცილებით რთულია და მეტ დროს ართმევს მკვლევარს, ამდენად, უფრო ძვირიცაა; გარდა ამისა, ღია შეკითხვაზე გაცემული პასუხი შესაძლოა საკმაოდ ბუნდოვანი და გაუგებარი იყოს, თუ რესპონდენტი ნაკლებ განათლებულია ან ადეკვატურად ვერ გადმოსცემს სათქმელს. როცა რაოდენობრივ კვლევას ვატარებთ დიდ შერჩევით ერთობლიობაზე, მიზანშეწონილია კითხვარში უმეტესად დახურული შეკითხვები შევიტანოთ. მაგრამ, თუ თვისებრივ კვლევას ვატარებთ და სოციალური პროცესების ღრმა ანალიზს ვგეგმავთ, აუცილებლად ღია შეკითხვები უნდა გამოვიყენოთ, რადგან დახურული შეკითხვები საკითხში ჩაღრმავების საშუალებას არ იძლევა.

კითხვარში შეკითხვების თანმიმდევრობა

კითხვარი იწყება შესავლით, რომელშიც მკვლევარი აცნობს რესპონდენტს საკუთარ თავს, ორგანიზაციას (რომელსაც წარმოადგენს), კვლევის მიზანსა და ამოცანებს. ამასთან, უნდა აღინიშნოს, რომ ყველა კითხვარს აქვს საკუთარი საიდენტიფიკაციო ნომერი, რათა, საჭიროების შემთხვევაში, შესაძლებელი იყოს მონაცემების შემოწმება.

შესავალს მოსდევს უშუალოდ კითხვარი, რომელიც ისეთი შეკითხვებით უნდა იწყებოდეს, რომლებზეც პასუხის გაცემა რესპონდენტისთვის მარტივი და საინტერესო იქნება. მარტივი შეკითხვებიდან თანმიმდევრულად უნდა გადახვიდეთ რთულ შეკითხვებზე და აუცილებლად უნდა დააჯგუფოთ შეკითხვები თემატური ბლოკების მიხედვით, რათა ისინი ლოგიკურად მისდევდეს ერთმანეთს. ყველა შეკითხვა და პასუხის შესაძლო ვარიანტი დანომრილი უნდა იყოს, რაც აუცილებელია კითხვარის კოდირებისთვის. კითხვარის ბოლოს რთული შეკითხვებიდან ისევ მარტივებს უნდა დაუბრუნდეთ,

შერჩევა

რაოდენობრივ მკვლევართა მთავარი მიზანი სწორედ ისაა, რომ შერჩეული ჯგუფი ზუსტად ასახავდეს მთლიანი პოპულაციის სურათს. შერჩევა ორი ძირითადი სახისაა: ალბათური და არაალბათური.

ალბათური შერჩევისას, გენერალური ერთობლიობის თითოეულ ელემენტს შერჩევით ერთობლიობაში მოხვედრის თანაბარი შანსი აქვს, რომელიც შემთხვევითია და არც ერთი ელემენტისთვის არ არის ნულოვანი. არაალბათური შერჩევისას, გენერალური ერთობლიობის თითოეულ ელემენტს შერჩევით ერთობლიობაში მოხვედრის არათანაბარი, ზოგ შემთხვევაში კი ნულოვანი შანსი აქვს.

შერჩევის ამა თუ იმ ტიპის გამოყენება გამოკვლევის მიზნებზეა დამოკიდებული. როგორც წესი, რაოდენობრივი კვლევებისას, როცა მკვლევარს სურს აკურატულად აღწეროს შერჩევითი ერთობლიობის მახასიათებლები, რათა მათ საფუძველზე გენერალური ერთობლიობის შეფასება მოახდინოს, ის ალბათურ შერჩევას იყენებს.

არაალბათური შერჩევის სახეები. მიზნობრივი ანუ შეფასებითი შერჩევა ხშირად გამოიყენება პილოტური კვლევებისას, სანამ ჰიპოთეზები რეპრეზენტატულ შერჩევით ერთობლიობაზე შემოწმდება. მისი გამოყენება განსაკუთრებით ხელსაყრელია, როცა გამოსაკითხი ერთობლიობის წევრები ადამიანთა სპეციალურ და რთულად ხელმისაწვდომ კატეგორიას.

სტიქიური შერჩევა გამოიყენება ქუჩაში ადამიანების გამოკითხვისას. ის შერჩევის სხვა მეთოდებთან შედარებით უფრო მარტივი, იაფი და ნაკლებრეპრეზენტატულია.

კვოტური შერჩევისას მკვლევარი იღებს გადაწყვეტილებას, მოსახლეობის რომელი ჯგუფები უნდა იკვლიოს და რა პროპორციით უნდა მოხვდნენ ისინი შერჩევით ერთობლიობაში. კვოტური შერჩევა იწყება მატრიცით, რომელშიც წარმოდგენილია გენერალური ერთობლიობის მახასიათებლები.

## ალბათური შერჩევის ტიპები

მარტივი შემთხვევითი შერჩევა ალბათური შერჩევის ყველაზე მარტივი და საკმაოდ გავრცელებული ფორმაა. მისი გამოყენებისას, მკვლევარი ადგენს შერჩევის რაც შეიძლება სრულყოფილ ჩარჩოს და შემთხვევითი ტიპის მათემატიკური პროცედურის საფუძველზე, მოცემული შერჩევის ჩარჩოდან შერჩევით ერთობლიობას ადგენს.

სტრატეგიცირებული შერჩევისას მკვლევარი ჯერ ქვეჯგუფებად ანუ სტრატებად ყოფს გენერალურ ერთობლიობას, შემდეგ კი თითოეული სტრატეგიიდან შემთხვევითი წესით (ვთქვათ, სისტემური შერჩევის გზით) არჩევს შერჩევით ერთობლიობას. თითოეული სტრატის ზომის დადგენის საფუძველზე, მკვლევარი აკონტროლებს შერჩევითი ერთობლიობის შიგნით სხვადასხვა სტრატის პროპორციას, რითიც შერჩევის რეპრეზენტატულობას უზრუნველყოფს. უნდა აღინიშნოს, რომ სტრატეგიცირებული შერჩევა გაცილებით მეტად რეპრეზენტატულია, ვიდრე მარტივი შემთხვევითი შერჩევა, რადგან აქ უბრალოდ კი არ ხდება საერთო გენერალური ერთობლიობიდან შერჩევითი ერთობლიობის დადგენა, არამედ გენერალური ერთობლიობის ჰომოგენური ქვეჯგუფებიდან შესაბამისი რაოდენობის ელემენტები შეირჩევა.

კლასტერული შერჩევის მიზანია ორი პრობლემის გადაჭრა: გამოასწოროს შერჩევის არაადეკვატური ჩარჩოს არსებობით გამოწვეული ხარვეზები და შეამციროს გამოკვლევის ჩატარების დრო და ხარჯები. კლასტერულ შერჩევას უპირატესობა ენიჭება გეოგრაფიულად გაფანტული მოსახლეობის შემთხვევაში, რადგან კლასტერის შიგნით არსებული ელემენტები ფიზიკურად ახლოსაა ერთმანეთთან, რაც ამცირებს თითოეულ ელემენტთან დაკავშირების დროსა და ხარჯებს.

## შერჩევის ცდომილება

შერჩევის ცდომილება გვიჩვენებს, რამდენად ზუსტადაა შეფასებული გენერალური ერთობლიობის პარამეტრები. მკვლევართა მიზანია, რაც შეიძლება მაღალი სიზუსტე, ანუ შერჩევის რაც შეიძლება დაბალი ცდომილება ჰქონდეთ.

არსებობს რამდენიმე ფაქტორი, რაც გავლენას ახდენს შერჩევის ცდომილებაზე, რომელსაც სტანდარტულ ცდომილებასაც უწოდებენ: 1. ვარიაციულობა გენერალურ ერთობლიობაში – რაც უფრო ჰეტეროგენულია გენერალური ერთობლიობა, მით უფრო მაღალია შერჩევის ცდომილება; 2. შერჩევითი ერთობლიობის მოცულობა – რაც უფრო მრავალრიცხოვანია შერჩევითი ერთობლიობა, მით უფრო მცირეა შერჩევის ცდომილება; 3. შერჩევითი ერთობლიობის დიზაინი ა) მეტი სტრატეგიკაცია შერჩევის ნაკლებ ცდომილებას იწვევს ბ) მეტი კლასტერი შერჩევის მეტ ცდომილებას იწვევს.

## მონაცემთა ანალიზი

მონაცემთა ანალიზი სამ ძირითად საფეხურს მოიცავს: მონაცემების ორგანიზება და გაწმენდა (მონაცემების მომზადება); მონაცემების აღწერა (აღწერითი სტატისტიკა); ჰიპოთეზების შემოწმება (დასკვნითი სტატისტიკა).

მონაცემების მომზადება გულისხმობს მონაცემების სიზუსტის შემოწმებას, მონაცემების კომპიუტერში შეყვანას და მონაცემთა ბაზის შექმნას. აღწერითი სტატისტიკა აღწერს

შესასწავლი მონაცემების ძირითად თავისებურებებს. ის იძლევა წარმოდგენას შერჩევისა და გამოყენებული საზომების შესახებ და უბრალოდ აჯამებს, თუ რას აჩვენებს მიღებული მონაცემები. ანალიტიკური სტატისტიკა ჰიპოთეზებს ამოწმებს. მის საფუძველზე მკვლევარს მიღებული მონაცემებიდან დასკვნები გამოაქვს.

### კოდირება

მონაცემთა კომპიუტერული ანალიზი მოითხოვს, რომ შეკითხვებზე პასუხები გადაყვანილ იქნეს რიცხობრივ მაჩვენებლებში. ეს პროცესი კოდირების სახელითაა ცნობილი.

კოდირება ოთხ ძირითად საფეხურს მოიცავს: თითოეულ შეკითხვაზე პასუხისთვის კოდის მიწერას; მონაცემების კომპიუტერში შეყვანას; კოდების წიგნის შექმნას; და ბოლოს, კოდების შემოწმებასა და მონაცემების გაწმენდას.

როგორც წესი, კოდირება ხდება ან კითხვარის შედგენისას, ან მონაცემების მოპოვების შემდეგ. დახურულ შეკითხვებზე პასუხების კოდირება კითხვარის შედგენისას ხდება, ღია შეკითხვებზე პასუხების კოდირება კი შეუძლებელია კითხვარის შევსებამდე.

მონაცემების კოდირება დიდ სიფრთხილეს მოითხოვს. კოდირებისას ან მონაცემების კომპიუტერში შეყვანისას დაშვებული შეცდომები მონაცემების სანდოობას ემუქრება. ფრთხილი კოდირების შემდეგ, მკვლევარი ამოწმებს კოდირების აკურატულობას ანუ მონაცემებს „წმენდს.“

### გაზომვის დონეები

მონაცემთა მომზადებას და დამუშავებას მათი ანალიზი მოსდევს. მონაცემთა ანალიზი სამ ძირითად ფაქტორზეა დამოკიდებული: შესასწავლ ცვლადთა რაოდენობაზე, მათი გაზომვის დონეზე და მკვლევარის ამოცანაზე გამოიყენოს მონაცემები აღწერითი ან ახსნითი მიზნით. არსებობს გაზომვის ოთხი დონე: სახელდების, რიგის, ინტერვალის და შეფარდების.

### კვლევის ანგარიში

საბოლოო საფეხური, რაც რაოდენობრივი თუ თვისებრივი კვლევის ჩატარებასა და მონაცემების დამუშავებას მოსდევს, კვლევის ანგარიშის შექმნაა. კვლევის ტიპიდან გამომდინარე, კვლევის ანგარიშიც ორი სახისაა – რაოდენობრივი და თვისებრივი. ისინი სტრუქტურულად მსგავსია, მაგრამ შინაარსობრივად განსხვავებული. ძირითადი პრინციპები, რაც ნებისმიერი სახის კვლევის ანგარიშის შექმნას უდევს საფუძვლად:

- მკითხველი

სანამ მკვლევარი წერას დაიწყებს, უნდა გაითვალისწინოს, თუ ვინ იქნებიან მისი მკითხველები: პროფესიონალი მკვლევარები, სტუდენტები, კვლევის დამკვეთი ორგანიზაცია.

- მიზანი

ზემოთ განხილული მაგალითი ადასტურებს, რომ მკითხველი და მიზანი ერთმანეთთან მჭიდრო კავშირში იმყოფება.

- დასკვნებით დაწყება

- სტრუქტურა

სტრუქტურა შემდეგი სახისაა: შესავალი, მეთოდები, შედეგები და დისკუსია/დასკვნა.

- სტილი

კვლევის ანგარიში შესაბამისი სტილით უნდა იყოს შესრულებული, რომელიც არა მარტო თანმიმდევრულად უნდა იყოს დაცული მთელ ნაშრომში, არამედ აუცილებლად შეესაბამებოდეს მწერლის მიზანსა და ნაგულისხმევ მკითხველს.

- ლოგიკური თანმიმდევრობა

კვლევის ანგარიშში ავტორის ყველა არგუმენტი მისი ძირითადი პოზიციის გამყარებას უნდა ემსახურებოდეს, რაც ნიშნავს, რომ ყველა იდეა ლოგიკურ კავშირში უნდა იმყოფებოდეს და ავტორი არ უნდა მერყეობდეს სხვადასხვა მოსაზრებას შორის.