



საზოგადოებრივი ცენტრებით კმაყოფილების კვლევა

ანგარიში

თებერვალი, 2022  
თბილისი, საქართველო

**Empowering**  
*the Change*



საქართველოს  
იუსტიციის  
სამინისტრო



იუსტიციის  
სახლი



მომზადებულია „ეისითის“ მიერ საქართველოს იუსტიციის სამინისტროს სსიპ იუსტიციის სახლთან თანამშრომლობით გაეროს განვითარების პროგრამისა (UNDP) და დიდი ბრიტანეთისა და ჩრდილოეთ ირლანდიის გაერთიანებული სამეფოს მთავრობის UK aid-ის ხელშეწყობით. გამოთქმული მოსაზრებები ავტორისეულია და შეიძლება არ ასახავდეს დონორი ორგანიზაციების თვალსაზრისს.

# სარჩევი

- 1. შესავალი  
სარჩევი..... 3
- 2. კვლევის მეთოდოლოგია ..... 4
  - 2.1 კვლევის მიზანი და ამოცანები ..... 4
  - 2.2 კვლევის დიზაინი ..... 5
  - 2.3 შერჩევის მიდგომა..... 6
  - 2.4 რესპონდენტების შერჩევის პროცედურა ..... 8
  - 2.5 კვლევის ინსტრუმენტი ..... 9
  - 2.6 კვლევის განხორციელება და ანგარიშგება ..... 9
- 3. ძირითადი მიგნებები ..... 11
- 4. რაოდენობრივი კვლევის დეტალური ანგარიში..... 14
  - 4.1 საზოგადოებრივი ცენტრების და სერვისების ცნობადობა ..... 14
  - 4.2 საზოგადოებრივი ცენტრებით მომსახურების გამოცდილება ..... 17
  - 4.3 საზოგადოებრივი ცენტრების შესახებ ინფორმაციის გავრცელების არხები ..... 19
  - 4.4 საზოგადოებრივი ცენტრების მომსახურების შეფასება ..... 22
  - 4.5 ინდექსები მომხმარებელთა კმაყოფილების შესაფასებლად ..... 28
  - 4.6 დამატებითი სერვისები და მათი შეფასება..... 31
  - 4.8 დემოგრაფიული მახასიათებლები ..... 35

## 1. შესავალი

გაეროს განვითარების პროგრამა „საჯარო მმართველობის რეფორმის ხელშეწყობის“ პროექტის ფარგლებში - ფაზა 2 (PAR 2), რომელიც გაერთიანებული სამეფოს მიერ არის დაფინანსებული, მხარს უჭერს საქართველოს იუსტიციის სამინისტროს სსიპ იუსტიციის სახლს, გაზომოს მოქალაქეების კმაყოფილების დონე საჯარო სერვისებით, რაც მიმდინარე საჯარო მმართველობის რეფორმის ნაწილია. ენპარდის (ევროპის სამეზობლო პროგრამა სოფლისა და სოფლის მეურნეობის განვითარებისთვის) პროგრამის ფარგლებში იუსტიციის სამინისტრომ აიღო ვალდებულება, უზრუნველყოს ძირითადი საჯარო სერვისებისადმი ხელმისაწვდომობა საზოგადოებრივი ცენტრების მეშვეობით სოფლად და, ამავდროულად, მიზანია, მოსახლეობის მინიმუმ, 80% იყოს ძალიან კმაყოფილი ან კმაყოფილი მიღებული სერვისებით.

მოცემული დოკუმენტი წარმოადგენს საზოგადოებრივი ცენტრებით კმაყოფილების კვლევის ანგარიშს, რომელიც მომზადებულია „ეისითის“ მიერ.

## 2. კვლევის მეთოდოლოგია

### 2.1 კვლევის მიზანი და ამოცანები

მოცემული კვლევის მიზანს წარმოადგენდა, გაეზომა მომხმარებლების კმაყოფილება იმ საზოგადოებრივი ცენტრების მომსახურებით, რომლებიც ფუნქციონირებს 2019 წლის 31 დეკემბრის შემდეგ. კერძოდ, კვლევის სამიზნე საზოგადოებრივ ცენტრებს წარმოადგენდა:

1. ჭრებალო - ამბროლაურის მუნიციპალიტეტი, ფუნქციონირებს 2020 წლის 13 იანვრიდან;
2. აბაშა - აბაშის მუნიციპალიტეტი, ფუნქციონირებს 2020 წლის 28 თებერვლიდან;
3. ხობი - ხობის მუნიციპალიტეტი, ფუნქციონირებს 2020 წლის 5 ივნისიდან;
4. ხარაგაული - ხარაგაულის მუნიციპალიტეტი, ფუნქციონირებს 2020 წლის 12 ივნისიდან;
5. ჭიათურა - ჭიათურის მუნიციპალიტეტი, ფუნქციონირებს 2020 წლის 26 ივნისიდან;
6. ვანი - ვანის მუნიციპალიტეტი, ფუნქციონირებს, 2020 წლის 10 ივლისიდან;
7. ჩოხატაური - ჩოხატაურის მუნიციპალიტეტი, ფუნქციონირებს 2020 წლის 17 აგვისტოდან;
8. ბაღდათი - ბაღდათის მუნიციპალიტეტი, ფუნქციონირებს 2020 წლის 27 აგვისტოდან;
9. დედოფლისწყარო - დედოფლისწყაროს მუნიციპალიტეტი, ფუნქციონირებს 2020 წლის 7 სექტემბრიდან;
10. ასპინძა - ასპინძის მუნიციპალიტეტი, ფუნქციონირებს 2020 წლის 14 სექტემბრიდან;
11. ნინოწმინდა - ნინოწმინდის მუნიციპალიტეტი, ფუნქციონირებს 2020 წლის 22 ოქტომბრიდან;
12. ხევი - ხარაგაულის მუნიციპალიტეტი, ფუნქციონირებს 2020 წლის 26 ოქტომბრიდან;
13. სიღნაღი - სიღნაღის მუნიციპალიტეტი, ფუნქციონირებს 2021 წლის 18 სექტემბრიდან;
14. ჩხოროწყუ - ჩხოროწყუს მუნიციპალიტეტი, ფუნქციონირებს 2021 წლის 21 სექტემბრიდან.

კვლევის მიზნის განსახორციელებლად გამოიყო შემდეგი ამოცანები:

- სამიზნე საზოგადოებრივი ცენტრების ცნობადობის გამოვლენა;
- სამიზნე საზოგადოებრივი ცენტრების სერვისების ცნობადობის გამოვლენა;
- სამიზნე საზოგადოებრივი ცენტრების შესახებ ინფორმაციის გავრცელების არხების იდენტიფიცირება;
- სამიზნე საზოგადოებრივი ცენტრების სერვისების მოხმარების განსაზღვრა;
- საზოგადოებრივი ცენტრების სერვისების მოხმარების შეფასების და კმაყოფილების/უკმაყოფილების მიზეზების გამოვლენა;
- საზოგადოებრივი ცენტრების შეფასება სხვადასხვა პარამეტრებით - მდებარეობა, პერსონალი, გარემო, ადმინისტრირება, სხვა.
- იუსტიციის სამინისტროს ცხელი ხაზის, ონლაინ ჩათის და ონლაინ სერვისების ცნობადობის და მოხმარების იდენტიფიცირება.

კვლევის ერთ-ერთ მიზანს ასევე წარმოადგენდა მიღებული ინფორმაციის საფუძველზე მდგრადი განვითარების მიზნების 16.6.2 ინდიკატორის გამოთვლა, რომელიც ზომავს უკანასკნელი 12 თვის მანძილზე მიღებული საჯარო მომსახურებით კმაყოფილი მოსახლეობის პროპორციას.<sup>1</sup>

## 2.2 კვლევის დიზაინი

კვლევისთვის გამოყენებული იქნა რაოდენობრივი კვლევის პირისპირ ინტერვიუს მეთოდი. სულ ჩატარდა 2703 ინტერვიუ. კვლევის არეალად განისაზღვრა 14 სამიზნე საზოგადოებრივი ცენტრის მიმდებარე დასახლებები. კვლევა ჩატარდა CAPI (computer assisted personal interviewing) სისტემის გამოყენებით.

კვლევის ფარგლებში გამოიკითხა 18+ ასაკის მოსახლეობა, რომელთა შერჩევა მოხდა შემთხვევითი ან მიზნობრივი გზით.

ცხრილში #1 მოცემულია კვლევის დიზაინის მოკლე აღწერა:

---

<sup>1</sup> მდგრადი განვითარების მიზნებისთვის გლობალური ინდიკატორის ჩარჩო შემუშავებული იქნა ინტერ-სააგენტოს და ექსპერტთა ჯგუფის მიერ, მდგრადი განვითარების მიზნების ინდიკატორებთან დაკავშირებით და დამტკიცდა გაეროს სტატისტიკური კომისიის 48-ე სხდომაზე 2017 წლის მარტში. საზოგადოებრივი ცენტრებით კმაყოფილების კვლევა

ცხრილი #1

კვლევის მეთოდოლოგია	
მეთოდი	რაოდენობრივი კვლევა
ტექნიკა	პირისპირ ინტერვიუ
სამიზნე ჯგუფი	18 წლის და უფროსი ასაკის სამიზნე დასახლებების მაცხოვრებლები
ჩატარებული ინტერვიუების რაოდენობა	2703 დასრულებული ინტერვიუ
შერჩევის მეთოდი	ორსაფეხურიანი კლასტერული შერჩევა წინასწარი სტრატეგიკაციით; შემთხვევითი და მიზნობრივი შერჩევები.
კვლევის არეალი	ჭრებალოს, აბაშის, ხობის, ხარაგაულის, ჭიათურის, ვანის, ჩოხატაურის, ბაღდათის, დედოფლისწყაროს, ასპინძის, ნინოწმინდის, სიღნაღის, ჩხოროწყუს და ხევის საზოგადოებრივი ცენტრების მიმდებარე დასახლებები
ინტერვიუს ხანგრძლივობა	10-30 წუთი

### 2.3 შერჩევის მიდგომა

კვლევის საწყის ეტაპზე, დამკვეთთან მჭიდრო თანამშრომლობით, განისაზღვრა იმ დასახლებების ერთობლიობა, რომლებსაც 14 სამიზნე საზოგადოებრივი ცენტრი ემსახურება. გამოიყო ის ქალაქის და სოფლის ტიპის დასახლებები, რომელთა მოსახლეობაც, სერვისების განვითარების სააგენტოს მონაცემებით, სარგებლობს სამიზნე საზოგადოებრივი ცენტრებით. ლოკაციები კვლევისთვის შეირჩა სწორედ აღნიშნული დასახლებების ბაზაზე.

იმ მიზეზით, რომ კვლევის კითხვარის ძირითადი ნაწილი 14 სამიზნე საზოგადოებრივი ცენტრიდან ერთ-ერთში მომსახურების მიღების გამოცდილებას ეხება, შესაბამისი გამოცდილების უზრუნველსაყოფად, გადაწყდა დაგეგმილი 2700 ინტერვიუს ალოკაცია ორ ეტაპად: შემთხვევითი შერჩევა (ძირითადი შერჩევა) და მიზნობრივი შერჩევა (დამატებითი შერჩევა).

შემთხვევითი შერჩევის ფარგლებში რესპონდენტების შერჩევა ხდებოდა შემთხვევითი ხეტიალის პრინციპის გამოყენებით. ეს უზრუნველყოფდა იმას, რომ კვლევის ძირითადი საკითხები განზოგადებადი ყოფილიყო მთელ პოპულაციაზე. დაგეგმილი 2700 ინტერვიუდან 2280 სწორედ შემთხვევითად შერჩეული რესპონდენტი უნდა ყოფილიყო. დამატებით (მიზნობრივად) შერჩეული 420 რესპონდენტი კი უზრუნველყოფდა საზოგადოებრივი ცენტრების მოხმარების აუცილებელი მინიმუმის უზრუნველყოფას შედეგების გაანალიზებისთვის.

სამიზნე ცენტრების მიხედვით, შემთხვევითად შერჩეულ რესპონდენტებთან ინტერვიუების განაწილება მოხდა სამიზნე დასახლებებში მოსახლეობის პროპორციის შესაბამისად,

მიზნობრივი ინტერვიუების რაოდენობად კი ყველა ცენტრისთვის 30 ინტერვიუ განისაზღვრა. შესაბამისად, დასახლებებისთვის თავიდანვე განისაზღვრა შემთხვევითი და მიზნობრივი კვოტები. იმ შემთხვევაში, თუ საზოგადოებრივი ცენტრის მიერ მომსახურე სოფლების რაოდენობა იყო ძალიან დიდი და კვოტების პროპორციულად განაწილება თითოეულ დასახლებაში ერთეული ინტერვიუს ჩატარებას ნიშნავდა, პირველ ეტაპზე, PPS (probability proportional to size) შერჩევის მეთოდი იქნა გამოყენებული დასახლებების შესარჩევად, მეორე ეტაპზე კი კვოტა განაწილდა მათ შორის.

ცხრილში #2 მოცემულია ინტერვიუების რეალური განაწილება საზოგადოებრივი ცენტრების მიხედვით:

**ცხრილი #2**

საზოგადოებრივი ცენტრი	მოსახლეობის რაოდენობა სამიზნე დასახლებებში	შემთხვევითი შერჩევის განაწილება	მიზნობრივი შერჩევის განაწილება
ჭრებალო	3114	110	30
აბაშა	15475	200	30
ხობი	7139	140	30
ხარაგაული	5980	130	32
ჭიათურა	22260	200	30
ვანი	11326	151	29
ჩოხატაური	10244	151	30
ბაღდათი	19023	200	30
დედოფლისწყარო	15061	200	30
ასპინძა	7077	140	30
ნინოწმინდა	19489	201	29
სიღნაღი	8544	150	30
ჩხოროწყუ	11262	200	30
ხევი	4061	110	30
სრული რაოდენობა	161055	2283 <sup>2</sup>	420
<b>შერჩევის სრული რაოდენობა</b>			<b>2703</b>

კვლევის შედეგების 95%-იანი სანდოობით, კვლევის ჯამური შერჩევის ცდომილება 2.5%-ია, ცალკეული საზოგადოებრივი ცენტრებისთვის კი ცდომილება 7.9%-დან 10%-მდე მერყეობს. ცხრილი #3 აღწერს შერჩევის ცდომილების მაჩვენებლებს ცალკეული საზოგადოებრივი ცენტრებისთვის (დიზაინ ეფექტის გათვალისწინებით):

<sup>2</sup> დაგეგმილი 2280 ინტერვიუს ნაცვლად ჩატარდა 2283 ინტერვიუ შემთხვევითად შერჩეულ რესპონდენტებთან, რის გამოც კვლევის სრულმა შერჩევამ დაგეგმილი 2700-ის ნაცვლად 2703 შეადგინა. საზოგადოებრივი ცენტრებით კმაყოფილების კვლევა



ცხრილი #3

საზოგადოებრივი ცენტრი	შერჩევის ცდომილება
ჭრებალო	10.0%
აბაშა	7.9%
ხობი	9.1%
ხარაგაული	9.3%
ჭიათურა	7.9%
ვანი	8.9%
ჩოხატაური	8.9%
ბაღდათი	7.9%
დედოფლისწყარო	7.9%
ასპინძა	9.1%
ნინოწმინდა	7.9%
სიღნაღი	8.9%
ჩხოროწყუ	7.9%
ხევი	10%
ჯამი	2.5%

## 2.4 რესპონდენტების შერჩევის პროცედურა

შემთხვევითი შერჩევის ფარგლებში გამოყენებული იქნა შემთხვევითი ხეტიალით შერჩევის პროცედურა (RRSP). აღნიშნული პროცედურა წარმოადგენს კლასიკურ მიდგომას სოციალურ კვლევებში და ძირითადად, გამოიყენება მაშინ, როდესაც არ არსებობს მაცხოვრებლების ზუსტი სია, რომელიც ხელმისაწვდომი იქნებოდა კვლევის მიზნებისთვის.

ქალაქის შემთხვევაში საარჩევნო უბნები, ხოლო სოფლის შემთხვევაში თავად სოფელი გამოყენებული იქნა, როგორც პირველადი შერჩევის ერთეულები (PSU), შინამეურნეობები კი, როგორც მეორადი შერჩევის ერთეულები (SSU). შინამეურნეობის 18 წელს ზემოთ წევრი წარმოადგენდა შერჩევის საბოლოო ერთეულს (FSU).

შემთხვევითი ხეტიალით შერჩევის პროცედურის ფარგლებში განხორციელდა 3 საფეხური:

- ➔ საწყისი წერტილის განსაზღვრა: სოფლად ჩატარებული ინტერვიუებისთვის, შესაბამისი სოფელი წარმოადგენდა პირველადი შერჩევის ერთეულს. ქალაქში ჩატარებული ინტერვიუებისთვის პირველადი შერჩევის ერთეული იყო კონკრეტული მისამართი.
- ➔ შინამეურნეობის შერჩევა: საწყისი წერტილი იყო პირველი შინამეურნეობა, რომელიც გამოიკითხა. შემდეგი შინამეურნეობის შესარჩევად გამოიყენებოდა წინასწარ შერჩეული ბიჯი, რომელსაც გასაზღვრავდა დასახლების ტიპი და ზომა - საშუალოდ, ყოველი მე-3 - მე-5 შინამეურნეობა.
- ➔ რესპონდენტის შერჩევა: ერთ შინამეურნეობაში გამოკითხებოდა მხოლოდ ერთი რესპონდენტი. ის შეირჩეოდა ბოლო დაბადების დღის პრინციპით. რესპონდენტი უნდა ყოფილიყო შინამეურნეობის მუდმივმაცხოვრებელი სრულწლოვანი წევრი.



მიზნობრივი შერჩევის ფარგლებში გამოყენებული იქნა ზემოთ აღწერილი შემთხვევითი შერჩევის პროცედურა შინამეურნეობის შესარჩევად, თუმცა რესპონდენტი შინამეურნეობაში შეირჩა მიზნობრივად - ისინი, ვინც უკანასკნელი 12 თვის მანძილზე ისარგებლეს სამიზნე საზოგადოებრივი ცენტრის მომსახურებით. ბოლო დაბადების დღის პრინციპი მხედველობაში არ იქნა მიღებული, თუმცა უცვლელი დარჩა მოთხოვნა შინამეურნეობაში მუდმივად ცხოვრებასა და სრულწლოვანებასთან დაკავშირებით.

## 2.5 კვლევის ინსტრუმენტი

წინამდებარე კვლევისთვის გამოყენებული ინსტრუმენტი მნიშვნელოვანწილად დაეფუძნა 2019 წელს სერვისების განვითარების სააგენტოსთვის ჩატარებული ანალოგიური კვლევის<sup>3</sup> ინსტრუმენტს. ერთის მხრივ, ეს განაპირობა, პრაქტიკულად, კვლევის მიზნების იდენტურობამ, მეორე მხრივ კი, წინამდებარე კვლევის შედეგების 2019 წლის კვლევის შედეგებთან შედარების ვალდებულებამ, რამდენადაც ეს შესაძლებელია.

საკითხების უმრავლესობა, რომლებიც მოიცვა კითხვარმა, იმეორებს 2019 წელს ჩატარებული კვლევისას მოცულ თემებს. მდგრადი განვითარების მიზნების 16.6.2 ინდიკატორის დასამუშავებლად აუცილებელი კითხვების გარდა, ასევე კითხვარს დაემატა კითხვები იუსტიციის სამინისტროს ცხელი ხაზის, ონლაინ ჩათის და ონლაინ სერვისების შესახებ. ასევე, საყურადღებო ცვლილება, რაც კითხვარმა განიცადა, არის ფორმულირების „თქვენს დასახლებაში არსებული“ შეცვლა ფორმულირებით, სადაც დასახელებულია კონკრეტული საზოგადოებრივი ცენტრი.

შემუშავებული კითხვარი განსახილველად გადაეგზავნა დამკვეთს, მიღებული კომენტარების საფუძველზე კი ის განახლდა და მომზადდა კითხვარი საპილოტე კვლევისთვის. სულ ჩატარდა 20 საპილოტე ინტერვიუ, რომელთა შედეგადაც გამოვლენილი შინაარსობრივი და ლოგიკური ხარვეზები გასწორდა და საბოლოო კითხვარი დასამტკიცებლად გაეგზავნა დამკვეთს. საველე სამუშაოების დროს გამოყენებული იქნა კითხვარის საბოლოო ვერსია, დამტკიცებული დამკვეთის მიერ.

კითხვარის საშუალო ხანგრძლივობამ 10-30 წუთი შეადგინა.

## 2.6 კვლევის განხორციელება და ანგარიშგება

კვლევის საველე სამუშაოები ჩატარდა 2022 წლის 25 იანვრიდან 6 თებერვლამდე პერიოდში. მიღებული მონაცემები დამუშავდა სოციალურ მეცნიერებათა სტატისტიკურ პაკეტში SPSS 23.0.

იმისათვის, რომ შეგროვებული მონაცემები ყოფილიყო რეპრეზენტატიული და ასევე მომხდარიყო მიზნობრივი მონაცემების შესაბამისი ინტეგრირება, მიღებული შედეგები შეიწონა სხვადასხვა პარამეტრებით (სამიზნე დასახლებებში 18+ მოსახლეობის რაოდენობა,

<sup>3</sup> „საზოგადოებრივი ცენტრების ცნობადობისა და კმაყოფილების განმსაზღვრელი რაოდენობრივი და თვისებრივი კვლევა“, 2019, ARC - გამოყენებითი კვლევების კომპანია  
საზოგადოებრივი ცენტრებით კმაყოფილების კვლევა  
ACT / 2022

სქესი, ასაკი, საზოგადოებრივი ცენტრების მოხმარების გამოცდილება). შეწონვისთვის გამოყენებული იქნა 2014 წლის მოსახლეობის საყოველთაო აღწერის მონაცემები.

დამკვეთის მოთხოვნისამებრ, მონაცემები გაანალიზდა როგორც ჯამურად, ასევე საზოგადოებრივი ცენტრების და რესპონდენტების სქესის ჭრილში (თუმცა ამ უკანასკნელს, პრაქტიკულად, სხვაობები არ გამოუვლენია).

დამკვეთის მოთხოვნისამებრ, კვლევის ფარგლებში მიღებული ინფორმაცია შედარდა 2019 წელს ჩატარებულ კვლევას „საზოგადოებრივი ცენტრების ცნობადობის და კმაყოფილების განმსაზღვრელი რაოდენობრივი და თვისებრივი კვლევა“. იმისათვის, რომ არ მოხდეს კვლევაში მოყვანილი მონაცემების არაზუსტი ინტერპრეტაცია, აუცილებელია გათვალისწინებულ იქნას შემდეგი:

- 2022 და 2019 წლებში ჩატარებული კვლევები განსხვავდება ერთმანეთისგან შერჩევის მიდგომით და დაფარვის არეალით. ამავდროულად, 2019 წელს კითხვები შეეხებოდა საზოგადოებრივ ცენტრებს საზოგადოდ, 2022 წელს კი - მხოლოდ 14 სამიზნე საზოგადოებრივ ცენტრს.
- ზემოთთქმულიდან გამომდინარე, ანგარიშში შედარებულია 2019 და 2022 წლებში გამოვლენილი ზოგადი ტენდენციები და მხოლოდ ჯამური შედეგები.
- ჯამური შედეგების შედარება მიზნად ისახავს, ერთმანეთს შეადაროს 2019 და 2022 წლებში გამოკითხული ერთობლიობები, რომლებიც ერთმანეთს არ კვეთს - 2022 წლის კვლევის სამიზნე საზოგადოებრივი ცენტრები გაიხსნა 2019 წლის 31 დეკემბრის შემდეგ და 2019 წლის კვლევის დროს საერთოდ არ არსებობდა. ამიტომ, იმ შემთხვევაშიც კი, თუ თეორიულად ორივე წელს შერჩევაში მოხვდებოდა ერთი და იგივე დასახლება, 2019 წელს ისინი ვერ შეძლებდნენ 2022 წლის სამიზნე საზოგადოებრივი ცენტრის შეფასებას.
- ცნობადობის ან მოხმარების რამდენადმე შეცვლილი შედეგი 2022 წელს შეიძლება მნიშვნელოვნად უკავშირდებოდეს მეთოდოლოგიურ და ფაქტობრივ სხვაობებს 2019 და 2022 წლის კვლევებს შორის და არ მიუთითებდეს სურათის ობიექტურ გაუარესებაზე. დამოუკიდებელი აღნიშვნის ღირსია ისიც, რომ 2019 წლის 31 დეკემბრის შემდეგ გახსნილ ცენტრებს ოპერირება სრულად მოუწია კოვიდ 19-ის პანდემიის პერიოდში, რასაც შეიძლება გავლენა მოეხდინა მათ ცნობადობაზე, სერვისების მოხმარებაზე, შეფასებებზე და ა.შ.

### 3. ძირითადი მიგნებები

- კვლევის შედეგების მიხედვით, საზოგადოებრივი ცენტრების ცნობადობა მაღალია, ვინაიდან სამიზნე მოსახლეობის დიდ უმრავლესობას (85%) სმენია მათ დასახლებაში არსებული საზოგადოებრივი ცენტრების შესახებ. ანალოგიური მონაცემი 2019 წელს ჩატარებული კვლევის მიხედვით 96%-ია. სხვაობას შეიძლება განაპირობებდეს როგორც დასახლებული ორი კვლევის შერჩევის სხვადასხვა მიდგომები, ასევე პანდემიამდელი და პანდემიის შემდგომი პერიოდები.
- საზოგადოებრივი ცენტრის სერვისებს შორის ყველაზე მაღალი ცნობადობით პასპორტისა და პირადობის მიღების სერვისი გამორჩევა (94%), რასაც მიწის რეგისტრაცია (90%) და დაბადების მოწმობის (80%) ალბა მოყვება.
- პასპორტისა და პირადობის მიღების სერვისი Top of Mind მომსახურებაა, ანუ, მომსახურება, რომელსაც პირველ რიგში იხსენებენ მომხმარებლები საზოგადოებრივი ცენტრის მიერ შეთავაზებულ მომსახურებებს შორის (56%). ეს მონაცემი 2019 წლის კვლევის მონაცემის იდენტურია.
- საზოგადოებრივი ცენტრისა და მისი სერვისების შესახებ ინფორმაციის მიღების ყველაზე გავრცელებულ წყაროს საზოგადოებრივი ცენტრის მომხმარებლისთვის ახლობლები და მეგობრები წარმოადგენენ (ინფორმაცია საზოგადოებრივი ცენტრის შესახებ - 65%; ინფორმაცია საზოგადოებრივი ცენტრის სერვისების შესახებ - 59%). 2019 წელს ჩატარებულ კვლევასთან შედარებით გაზრდილია საინფორმაციო საშუალებებიდან (ტელევიზია/რადიო) ინფორმაციის მიღების პრაქტიკა.
- 2022 წლის კვლევის შედეგების მიხედვით, რესპოდენტების ერთ მეოთხედს უსარგებლია საზოგადოებრივი ცენტრის მიერ შეთავაზებული სერვისებით ბოლო ერთი წლის განმავლობაში. ანალოგიური მაჩვენებელი 2019 წლის კვლევაში 36%-ს შეადგენდა. სხვაობას, ამ შემთხვევაშიც, შეიძლება განაპირობებდეს როგორც დასახლებული ორი კვლევის შერჩევის სხვადასხვა მიდგომები, ასევე პანდემიამდელი და პანდემიის შემდგომი პერიოდები.
- საზოგადოებრივი ცენტრის მიერ შეთავაზებულ სერვისებს შორის, მომხმარებლებში ყველაზე ხშირად გამოყენებულ მომსახურებას წარმოადგენს პასპორტისა და პირადობის მოწმობის მიღება (31%). აქვე უნდა აღინიშნოს, რომ საზოგადოებრივ ცენტრში მიღებული მომსახურებით კმაყოფილების მაჩვენებელი მაღალია და 80%-100% ფარგლებში მერყეობს.
- საზოგადოებრივი ცენტრის მომხმარებელთა 32%-მა ცენტრში მისვლის შემდეგ აღმოაჩინა ისეთი სერვისები, რომლებზეც ცენტრში ვიზიტამდე ინფორმაცია არ ჰქონია. სერვისებს შორის, რომელთა შესახებ მომხმარებლებმა ინფორმაცია ცენტრში მისვლის შემდეგ მიიღეს, ყველაზე ხშირად საბანკო მომსახურება (47%) სახელდება. თავის მხრივ, ყველაზე ხშირად დასახლებული სერვისი, რომლის შესახებაც მომხმარებლებმა ადგილზე მიიღეს ინფორმაცია, 2019 წლის კვლევის დროს მიწის რეგისტრაცია (30%) იყო.
- რესპოდენტები, რომლებსაც უსარგებლიათ საზოგადოებრივი ცენტრის სერვისებით, მომსახურებას 4 ქულიან სკალაზე 3,6 ქულით აფასებენ. 2019 წლის კვლევის მონაცემებით ანალოგიური მაჩვენებელი 3,8 ქულას შეადგენდა. შეიძლება ითქვას, საზოგადოებრივი ცენტრის სერვისებით კმაყოფილების მაჩვენებელი სტაბილურად მაღალია. აქვე უნდა აღინიშნოს, რომ მომხმარებელთა 94%-მა მომსახურება

- შეფერხებების გარეშე მიიღო.
- საზოგადოებრივი ცენტრების მომსახურებით კმაყოფილების მთავარ მიზეზად სწრაფი მომსახურება (70%) და ხარისხიანი მომსახურება (60%) სახელდება. 2019 წელს კმაყოფილების მთავარი მიზეზი ტერიტორიული სიახლოვე იყო, რომელსაც გამოკითხულთა 82% ასახელებდა. ეს შეიძლება აიხსნას შერჩევის სპეციფიკით და 2022 წელს კვლევაში ცენტრების შეზღუდული რაოდენობის ჩართვით, რაც შეიძლება პოტენციურად ზრდიდეს დისტანციას აღნიშნულ ცენტრებთან.
  - კვლევის შედეგებმა უჩვენა, რომ მომხმარებელთა აბსოლუტური უმრავლესობისთვის საზოგადოებრივი ცენტრი მარტივად მისადგომია (96%) და, შესაბამისად, ცენტრის ადგილმდებარეობით კმაყოფილებაც მაღალია (96%).
  - კვლევის შედეგებმა უჩვენა, რომ საზოგადოებრივ ცენტრში მისულ მომხმარებელს უმეტეს შემთხვევაში (87%) კონსულტაციას უწევს და აკვალიანებს პერსონალი სასურველი სერვისის მისაღებად. ასევე, მომხმარებელთა 51%-მა მომსახურებაში გადაიხადა საფასური, რომელიც მათი უმრავლესობისთვის მისაღები (64%) ან მეტ-ნაკლებად მისაღები (31%) აღმოჩნდა.
  - კვლევის ფარგლებში შეთავაზებული სხვადასხვა პარამეტრების შეფასებისას, საზოგადოებრივმა ცენტრებმა პოზიტიური შეფასება დაიმსახურა, პრაქტიკულად, ყველა პარამეტრის მიხედვით - პერსონალის ყურადღება, პერსონალის კომპეტენცია, გარემო, მომსახურების სისწრაფე, სხვა (96% და მეტი). გამონაკლისს წარმოადგენს რიგების პრობლემა - საზოგადოებრივი ცენტრის მომხმარებელთა მესამედი (51%) მიიჩნევს, რომ აღნიშნული პრობლემა არსებობს, თუმცა ეს რიგები მოუწესრიგებელი და ხანგძლივი არ არის.
  - Net Promoter Score-ის (NPS) მიხედვით, რომელიც მომხმარებელთა სეგმენტაციას ლოიალობის ნიშნით ახდენს, ცენტრის მომხმარებლების 85% გამოირჩევა ლოიალურობით, ანუ უწევს რეკომენდაციას ახლობლებს კონკრეტული სერვისის მისაღებად საზოგადოებრივ ცენტრში. 2019 წლის კვლევასთან შედარებით გაზრდილია NPS ინდექსი პასიური მომხმარებლების შემცირების ხარჯზე (2019 წელს ლოიალური მომხმარებლების წილი 74%-ს შეადგენდა).
  - მომხმარებელთა ლოიალურობის ძირითად მიზეზებს, კვლევის შედეგებზე დაყრდნობით, სწრაფი (66%) და ხარისხიანი (57%) მომსახურება, ცენტრის მოსახერხებელი ადგილმდებარეობა (38%), თანამშრომელთა გულსხმიერება და კომფორტული გარემო (34%) წარმოადგენს. იმ რესპონდენტების რაოდენობა კი, რომლებიც არ ურჩევდნენ ახლობლებს საზოგადოებრივი ცენტრის მომსახურებით სარგებლობას, ძალიან მცირეა და არ აღემატება 2%-ს.
  - მდგრადი განვითარების მიზნების 16.6.2 ინდიკატორი უჩვენებს, რომ ფიზიკური ხელმისაწვდომობის, ფინანსური ხელმისაწვდომობის, სერვისის მიწოდების ეფექტიანობის, ყველასთვის თანაბარი მოპყრობის და დროში ეფექტიანობის პარამეტრებით დადებითი შეფასების საშუალო მაჩვენებელი 95.8%, სერვისით კმაყოფილი მომხმარებლის წილი კი 96.9%-ია. ორივე პარამეტრი უკიდურესად მაღალ შეფასებაზე მიუთითებს.
  - რესპოდენტები, პრაქტიკულად, არ ასახელებენ დამატებით სერვისებს, რომლებსაც ისურვებდნენ საზოგადოებრივ ცენტრებში.
  - კვლევის შედეგად გამოვლინდა, რომ საზოგადოებრივი ცენტრების მომხმარებლების 76%-ს არ აქვს ინფორმაცია, რომ მას შეუძლია საზოგადოებრივ ცენტრში მიიღოს

ინფორმაცია სოფლის მეურნეობის პროექტებზე, 85%-მა კი არ იცის, რომ ცენტრში შესაძლებელია განაცხადის გაკეთება თავდაცვის ძალებში საკონტრაქტო მომსახურებასთან დაკავშირებით სავალდებულო გაწვევის დროს.

- კვლევის ფარგლებში შესწავლილი იყო იუსტიციის სახლის ცხელი ხაზის, ონლაინ ჩათის და ონლაინ მომსახურების მიღების შესახებ ინფორმაციის ფლობა, მისი გამოყენება და კმაყოფილება. შედეგებმა უჩვენა, რომ:
  - 1) ყოველი მესამე რესპოდენტს სმენია იუსტიციის სახლის ცხელი ხაზის შესახებ, თუმცა მათგან მხოლოდ 6%-ს უსარგებლია აღნიშნული სერვისით, რაც რაოდენობრივად მხოლოდ 49 ადამიანს წარმოადგენს.
  - 2) ყოველ მეოთხე რესპოდენტს სმენია იუსტიციის სახლის ვებგვერდზე ონლაინ დახმარების სერვისის - ონლაინ ჩათის შესახებ, თუმცა მათგან მხოლოდ 8%-ს (56 რესპოდენტი) გამოუყენებია ის.
  - 3) 10 დან 4-მა რესპოდენტმა იცის, რომ საზოგადოებრივი ცენტრის მომსახურების მიღება შეუძლია ონლაინ, თუმცა ამ გზისთვის მათგან მხოლოდ 4%-ს (42 რესპოდენტი) მიუმართავს.
- კვლევის შედეგები გენდერის ჭრილში, პრაქტიკულად, იდენტურია.



## 4. რაოდენობრივი კვლევის დეტალური ანგარიში

### 4.1 საზოგადოებრივი ცენტრების და სერვისების ცნობადობა

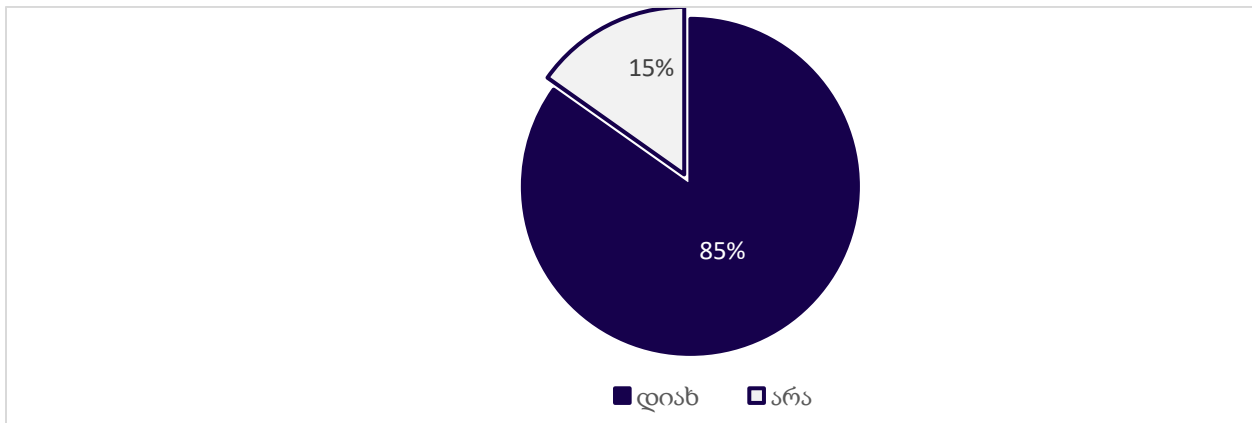
კვლევის შედეგების მიხედვით, სამიზნე მოსახლეობის უმრავლესობას (85%) სმენია მათ დასახლებაში არსებული საზოგადოებრივი ცენტრის შესახებ.

სერვის ცენტრების ჭრილში საზოგადოებრივი ცენტრების ცნობადობის ყველაზე მაღალი მაჩვენებელი გამოვლინდა ნინოწმინდაში (100%), ყველაზე დაბალი მაჩვენებელი კი დაფიქსირდა სიღნაღში (44%). ყველა დანარჩენი ცენტრის ცნობადობა 76% და მეტია. უნდა აღინიშნოს, რომ სიღნაღის საზოგადოებრივი ცენტრი 2021 წლის სექტემბერში გაიხსნა და ახალი წლის პერიოდს თუ გავითვალისწინებთ, მისი შეფასება მხოლოდ რამდენიმე თვეს მოიცავს. ეს, გარკვეულწილად, შეიძლება განაპირობებდეს სიღნაღის საზოგადოებრივი ცენტრის შედარებით დაბალ ცნობადობას.

სქესის ჭრილის მიხედვით საზოგადოებრივი ცენტრების ცნობადობის მაჩვენებელში განსხვავება არ გამოვლენილა. იგივე ითქმის კვლევის ფარგლებში შესწავლილ ყველა საკითხზე - მათ მიმართ დამოკიდებულებებში გენდერული განსხვავებები არ ვლინდება.

2019 წელს ჩატარებული კვლევისას ცნობადობის ჯამური მონაცემი 96%-ს შეადგენდა, თუმცა კვლევის წინა ტალღასთან შედარების დროს უნდა გავითვალისწინოთ განსხვავება შერჩევის მიდგომაში და პანდემიის გავლენა 2022 წლის კვლევის შედეგებზე.

*გრაფიკი 1. გსმენიათ თუ არა თქვენს დასახლებაში არსებული საზოგადოებრივი ცენტრის შესახებ?*



ცხრილი 4. გსმენიათ თუ არა თქვენს დასახლებაში არსებული საზოგადოებრივი ცენტრის შესახებ?

სერვის ცენტრების ჩამონათვალი	დიახ	არა
ნინოწმინდის საზოგადოებრივი ცენტრი	100%	0%
ხევის საზოგადოებრივი ცენტრი	98%	2%
ჭრებალოს საზოგადოებრივი ცენტრი	95%	5%
ხარაგაულის საზოგადოებრივი ცენტრი	95%	5%
ასპინძის საზოგადოებრივი ცენტრი	94%	6%
ხობის საზოგადოებრივი ცენტრი	92%	8%
ჩოხატაურის საზოგადოებრივი ცენტრი	88%	12%
ჭიათურის საზოგადოებრივი ცენტრი	87%	13%
ბაღდათის საზოგადოებრივი ცენტრი	85%	15%
ჩხოროწყუს საზოგადოებრივი ცენტრი	85%	15%
აბაშის საზოგადოებრივი ცენტრი	82%	18%
ვანის საზოგადოებრივი ცენტრი	78%	22%
დედოფლისწყაროს საზოგადოებრივი ცენტრი	76%	24%
სიღნაღის საზოგადოებრივი ცენტრი	44%	56%

საზოგადოებრივი ცენტრების მიერ შეთავაზებული სერვისების სპონტანური, შეხსენებითი და ზოგადი ცნობადობა იზომებოდა იმ რესპონდენტებთან, რომელთაც სმენიათ საზოგადოებრივი ცენტრების შესახებ (85%). ცნობადობის გასაზომად გამოიყენებოდა 3 ტიპის კითხვა:

1. თუ იცით, ზოგადად, რა სერვისებს / მომსახურებებს სთავაზობს საზოგადოებრივი ცენტრი მომხმარებელს? *გამოიყენება მხოლოდ პირველად დასახელებული პასუხი* (ე.წ. Top of mind)
2. კიდევ რა სერვისების შესახებ გსმენიათ? კიდევ? კიდევ? *გამოიყენება პირველი პასუხის შემდეგ დასახელებული ყველა დასახელება / სერვისი, რომელსაც რესპონდენტი თავისით გაიხსენებს* (ე.წ. სპონტანური ცნობადობა)
3. ახლა მე დამატებით ჩამოგითვლით იმ სერვისებს, რომელთაც საზოგადოებრივი ცენტრი სთავაზობს მომხმარებელს და გთხოვთ მითხრათ, გსმენიათ თუ არა მათ შესახებ? *ინტერვიუერი თვითონ ეკითხება იმ მომსახურებების / სერვისების შესახებ, რომლებიც რესპონდენტმა თავისით ვერ დაასახელა (ზოგადი ცნობადობა)*

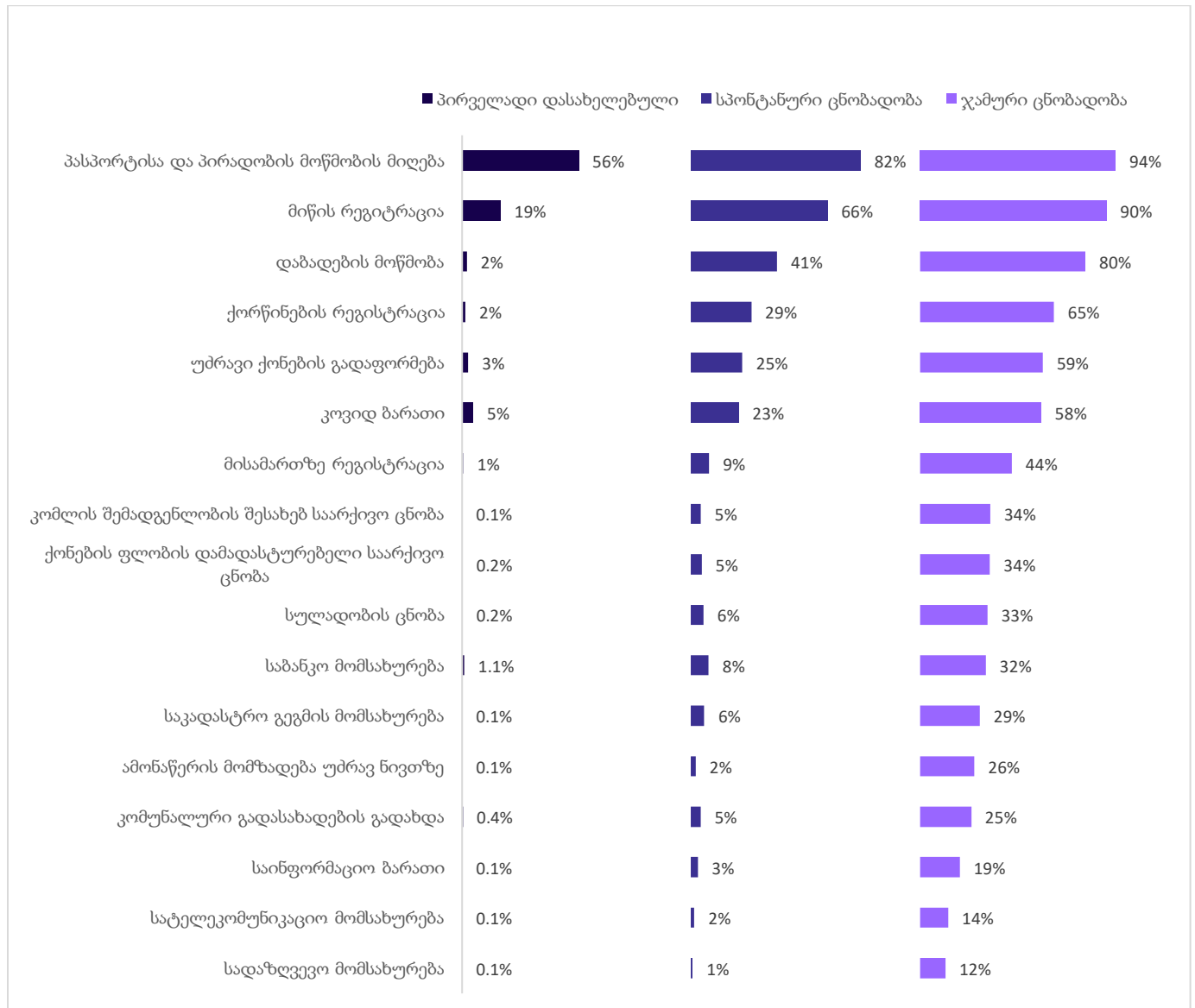
საზოგადოებრივი ცენტრების მომხმარებლებში სერვისების ცნობადობის კვლევისას გამოვლინდა, რომ რესპოდენტებისთვის ყველაზე ცნობადი სერვისებია: პასპორტისა და პირადობის მოწმობის მიღება (94%), მიწის რეგისტრაცია (90%) და დაბადების მოწმობის აღება (80%). მსგავსია ტენდენცია Top of Mind-ის შემთხვევაში - მომსახურება, რომელსაც პირველ რიგში იხსენებენ მომხმარებლები საზოგადოებრივი ცენტრის მიერ შეთავაზებულ



მომსახურებებს შორის, არის პასპორტისა და პირადობის მოწმობის მიღება (56%). რაც შეეხება სპონტანურ ცნობადობას, რესპოდენტები პასპორტისა და პირადობის მოწმობის მიღებასთან (82%) ერთად ყველაზე ხშირად ასახელებენ მიწის რეგისტრაციას (66%).

თუ მონაცემს 2019 წლის კვლევის შედეგებს შევადარებთ, ყველაზე ცნობადი სერვისების დასახელების თანმიმდევრობა შეცვლილი არ არის და მონაცემებიც მსგავსია. ასევე არ არის მნიშვნელოვანი სხვაობები საზოგადოებრივი ცენტრების ჭრილში.

გრაფიკი 2. საზოგადოებრივი ცენტრების სერვისების ცნობადობა

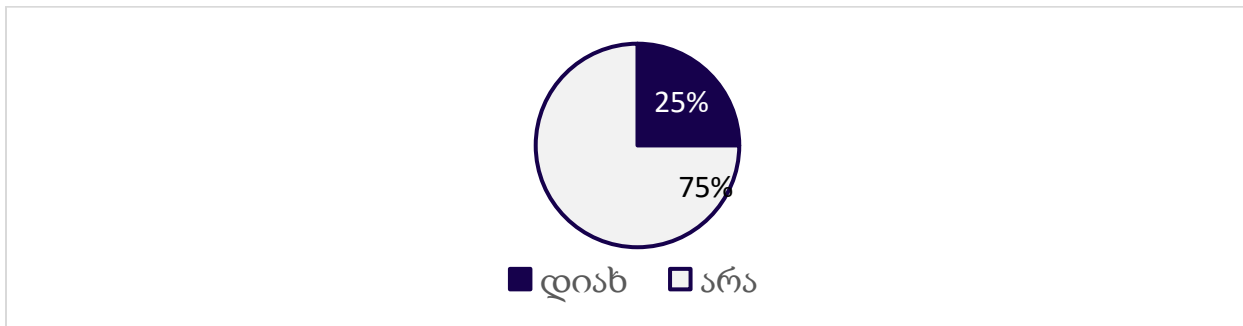


## 4.2 საზოგადოებრივი ცენტრებით მომსახურების გამოცდილება

კვლევის შედეგები უჩვენებს, რომ ყოველ მეოთხე რესპოდენტს უსარგებლია საზოგადოებრივი ცენტრის მიერ შეთავაზებული სერვისებით ბოლო ერთი წლის განმავლობაში.

საზოგადოებრივი ცენტრების ჭრილში მონაცემები საკმაოდ განსხვავებულია. ყველაზე მაღალი მოხმარება ნინოწმინდის (44%) და ასპინძის (38%) საზოგადოებრივ ცენტრებში ფიქსირდება. ყველაზე დაბალი მოხმარება გვხვდება სიღნაღის საზოგადოებრივ ცენტრში (3%). ასევე დაბალია მონაცემი აბაშაში (14%) და ხევში (14%). გარდა ზემოთ აღნიშნული ფაქტორისა, რაც სიღნაღის სულ რამდენიმეთვიან ისტორიას და ახალი წლის პერიოდის დამთხვევას უკავშირდება, მხედველობაში მისაღებია ის გარემოებაც, რომ სიღნაღის ახლომდებარე სოფლებში საზოგადოებრივი ცენტრების არსებობა მოსახლეობისთვის ემნის ალტერნატივას. რაც შეეხება შედარებას 2019 წლის კვლევასთან, მაშინ სერვის ცენტრების მოხმარება 36% შეადგენდა ხოლო ახლა მაჩვენებელი 25%-ია. შერჩევის თავისებურების გათვალისწინებით და იმ მიზეზით, რომ 2022 წლის კვლევის ფოკუსი მხოლოდ 14 საზოგადოებრივი ცენტრი იყო, განსხვავება მაჩვენებლებს შორის საკმაოდ ლოგიკურად მოჩანს.

*გრაფიკი 3. გისარგებლიათ თუ არა თქვენს მიერ დასახლებული სერვისებით უკანასკნელი 1 წლის მანძილზე თქვენს დასახლებაში?*



ცხრილი 5. გისარგებლიათ თუ არა თქვენს მიერ დასახელებული სერვისებით უკანასკნელი 1 წლის მანძილზე თქვენს დასახლებაში?

სერვის ცენტრები	მისარგებლია	არ მისარგებლია
ნინოწმინდის საზოგადოებრივი ცენტრი	44%	56%
ასპინძის საზოგადოებრივი ცენტრი	38%	62%
ჩხოროწყუს საზოგადოებრივი ცენტრი	35%	65%
ბაღდათის საზოგადოებრივი ცენტრი	29%	71%
ჩოხატაურის საზოგადოებრივი ცენტრი	29%	71%
ხარაგაულის საზოგადოებრივი ცენტრი	26%	74%
ჭიათურის საზოგადოებრივი ცენტრი	25%	76%
დედოფლისწყაროს საზოგადოებრივი ცენტრი	23%	77%
ჭრებალოს საზოგადოებრივი ცენტრი	21%	79%
ვანის საზოგადოებრივი ცენტრი	20%	80%
ხობის საზოგადოებრივი ცენტრი	15%	85%
ხევის საზოგადოებრივი ცენტრი	14%	86%
აბაშის საზოგადოებრივი ცენტრი	14%	86%
სიღნაღის საზოგადოებრივი ცენტრი	3%	98%

საზოგადოებრივი ცენტრებში ყველაზე მოხმარებადი სერვისებია: პასპორტის და პირადობის მოწმობის აღება (31%), მიწის რეგისტრაცია (29%) და კოვიდ ბარათი (29%). დანარჩენი სერვისების დასახელების მაჩვენებელი, რომლებითაც ისარგებლეს რესპოდენტებმა უკანასკნელი 1 წლის მანძილზე, 10%-ი და ნაკლებია.

სერვის ცენტრების ჭრილში სურათი ყველგან იდენტურია - დასახელებული სამი სერვისი ლიდერობს სხვადასხვა თანმიმდევრობით.

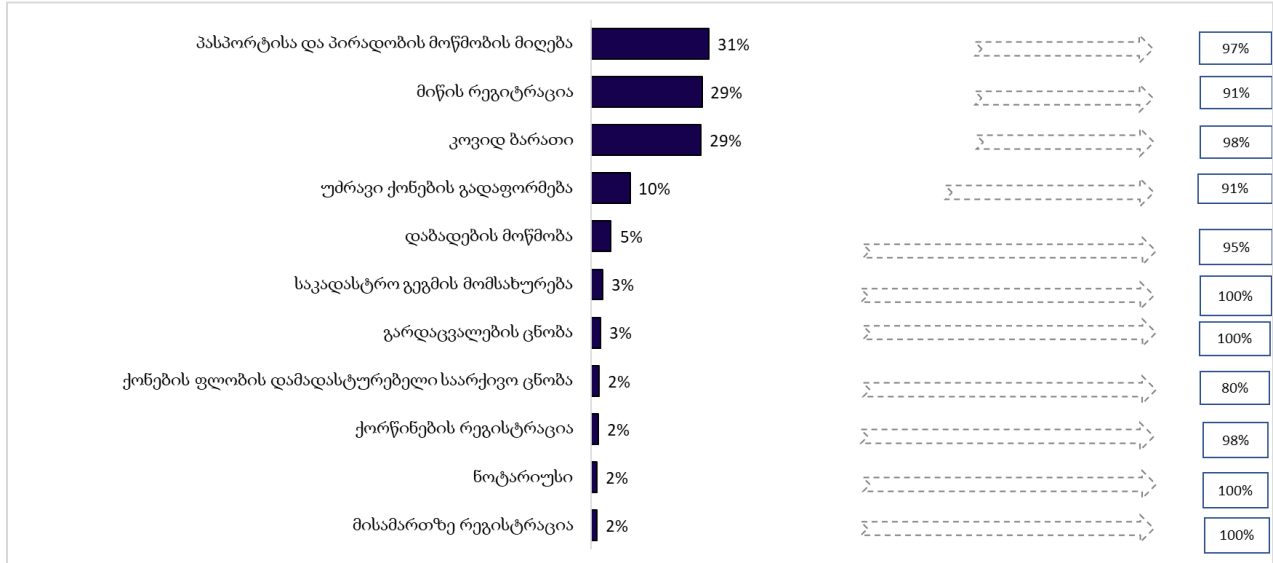
გამოკითხული მომხმარებლების უმრავლესობა საზოგადოებრივი ცენტრების სხვადასხვა სერვისებით კმაყოფილია (91%-ით და მეტი). შეფასება 2019 წელს ჩატარებული კვლევის ანალოგიურია.

იმ რესპოდენტებს შორის, რომლებსაც არ უსარგებლიათ საზოგადოებრივი ცენტრის მომსახურებით (75%), სრულ უმრავლესობას ამის საჭიროება არ ჰქონია (95%). ეს მონაცემი საზოგადოებრივი ცენტრების ჭრილში მსგავსია. განსხვავებული სურათია მხოლოდ სიღნაღის საზოგადოებრივი ცენტრის შემთხვევაში, სადაც 74% არ დასჭირვებია მომსახურების მიღება, ხოლო 24% თვლის, რომ ცენტრი რთული მისასვლელია.

რესპოდენტების უმრავლესობა (75%), რომლებსაც არ უსარგებლიათ საზოგადოებრივი ცენტრის მომსახურებით, მომავალში, საჭიროების შემთხვევაში, მომსახურების მიღებას

საკუთარ დასახლებაში ან რაიონულ ცენტრში გეგმავს. ეს უკანასკნელი, ძირითადად იმ საზოგადოებრივ ცენტრებს ეხება, რომლებიც რაიონულ ცენტრში მდებარეობს.

გრაფიკი 3. თქვენ მიერ დასახელებული რომელი სერვისებით გისარგებლიათ უკანასკნელი 1 წლის მანძილზე თქვენს დასახლებაში? რამდენად კმაყოფილი ხართ მიღებული სერვისებით?



### 4.3 საზოგადოებრივი ცენტრების შესახებ ინფორმაციის გავრცელების არხები

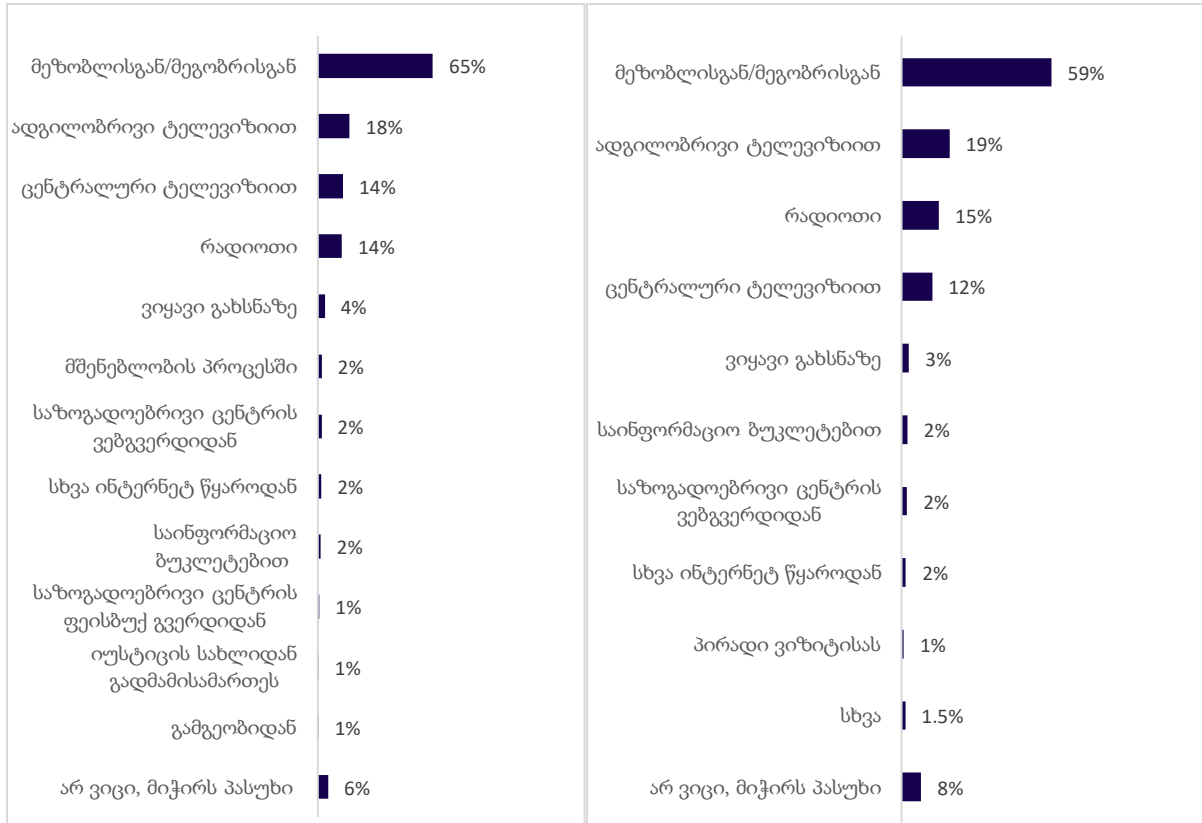
კვლევის შედეგებზე დაყრდნობით შეიძლება ითქვას, რომ საზოგადოებრივი ცენტრებისა და მათი სერვისების შესახებ მომხმარებლები ინფორმაციას, ძირითადად, იღებენ მეზობლებისგან ან/და ახლობლებისგან (საზოგადოებრივი ცენტრის შესახებ - 65%; საზოგადოებრივი ცენტრის სერვისების შესახებ - 59%). ასევე ინფორმაციის წყაროა ადგილობრივი ტელევიზია (საზოგადოებრივი ცენტრის შესახებ - 18%, საზოგადოებრივი ცენტრის სერვისების შესახებ - 19%), ცენტრალური ტელევიზია (საზოგადოებრივი ცენტრის შესახებ - 14% საზოგადოებრივი ცენტრის სერვისების შესახებ - 12%), რადიო (საზოგადოებრივი ცენტრის შესახებ - 14% საზოგადოებრივი ცენტრის სერვისების შესახებ - 12%).

საზოგადოებრივი ცენტრების ჭრილშიც ყველაზე გავრცელებული საინფორმაციო წყარო word of mouth-ია. თუმცა, აღინიშნება მცირე სხვაობები. მაგალითად, ნინოწმინდაში რადიოთი ინფორმაცია მიიღო რესპოდენტების 68%-მა, რაც საზოგადოებრივ ცენტრებს შორის ყველაზე მაღალი მონაცემია. ასევე, ტელევიზია, როგორც საზოგადოებრივი ცენტრების შესახებ ინფორმაციის მიღების წყარო ყველაზე ხშირად დასახელდა აბაშაში (47%) და ხობში (48%) მაშინ, როცა ვანის და ასპინძის შემთხვევაში ეს მონაცემი 3%-4%-ს შეადგენს.

2019 წლის კვლევასთან შედარებით შედარებით გაზრდილია საინფორმაციო საშუალებებიდან (ტელევიზია/რადიო) ინფორმაციის მიღების პრაქტიკა და შემცირებულია მათი რაოდენობა, ვინც დაესწრო საზოგადოებრივი ცენტრის გახსნას და ინფორმაცია ცენტრისა და მათი სერვისების შესახებ ამ გზით მიიღო.

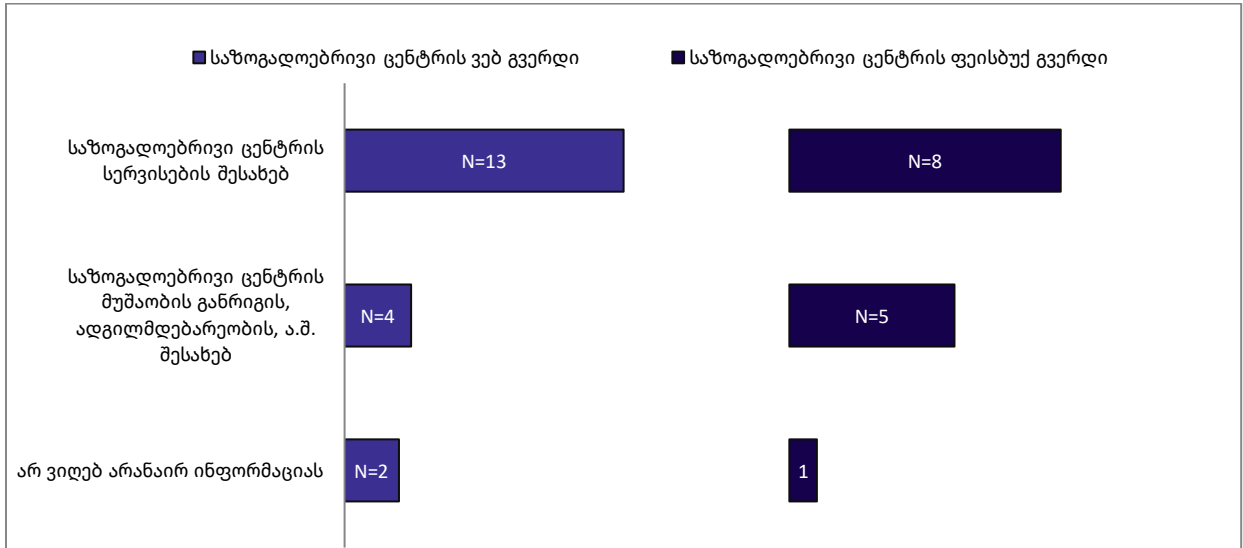
გრაფიკი 4. საიდან სმენიათ საზოგადოებრივი ცენტრების შესახებ?

გრაფიკი 5. საიდან სმენიათ იმ კონკრეტული სერვისის შესახებ, რომლებიც მიუღიათ?



საზოგადოებრივი ცენტრების სოციალური (Facebook) გვერდიდან და ვებგვერდიდან ინფორმაციას რესპონდენტთა მცირე რაოდენობა იღებს. ინფორმაცია, რომელსაც რესპოდენტები ამ გზით იღებენ, ძირითადად, ეხება სერვისებს და საზოგადოებრივი ცენტრის მუშაობის განრიგს/ადგილმდებარეობას.

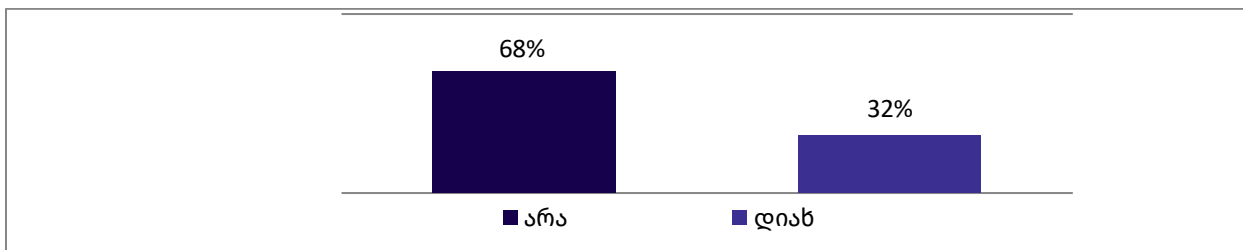
გრაფიკი 6. რა სახის ინფორმაციას იღებთ საზოგადოებრივი ცენტრის ვებ გვერდიდან ? ფეისბუქ გვერდიდან ?



საზოგადოებრივ ცენტრში მისვლის შემდეგ მომხმარებლების 32%-მა აღმოაჩინა ისეთი სერვისები, რომლებზეც ცენტრში ვიზიტამდე ინფორმაცია არ ჰქონია და რომელთა შესახებაც ადგილზე შეიტყო.

მონაცემები სერვის ცენტრების ჭრილში მკვეთრად განსხვავებულია. ჭრებალოს და აბაშის საზოგადოებრივი ცენტრის მომხმარებლებს თითქმის არ მიუღიათ ადგილზე ინფორმაცია ახალი სერვისების შესახებ, (ჭრებალო - 2% აბაშა - 1%), თუმცა, მაგალითად ნინოწმინდაში გამოკითხული რესპოდენტების 96%-მა ადგილზე მისვლის დროს შეიტყო ახალი მომსახურების/სერვისის შესახებ.

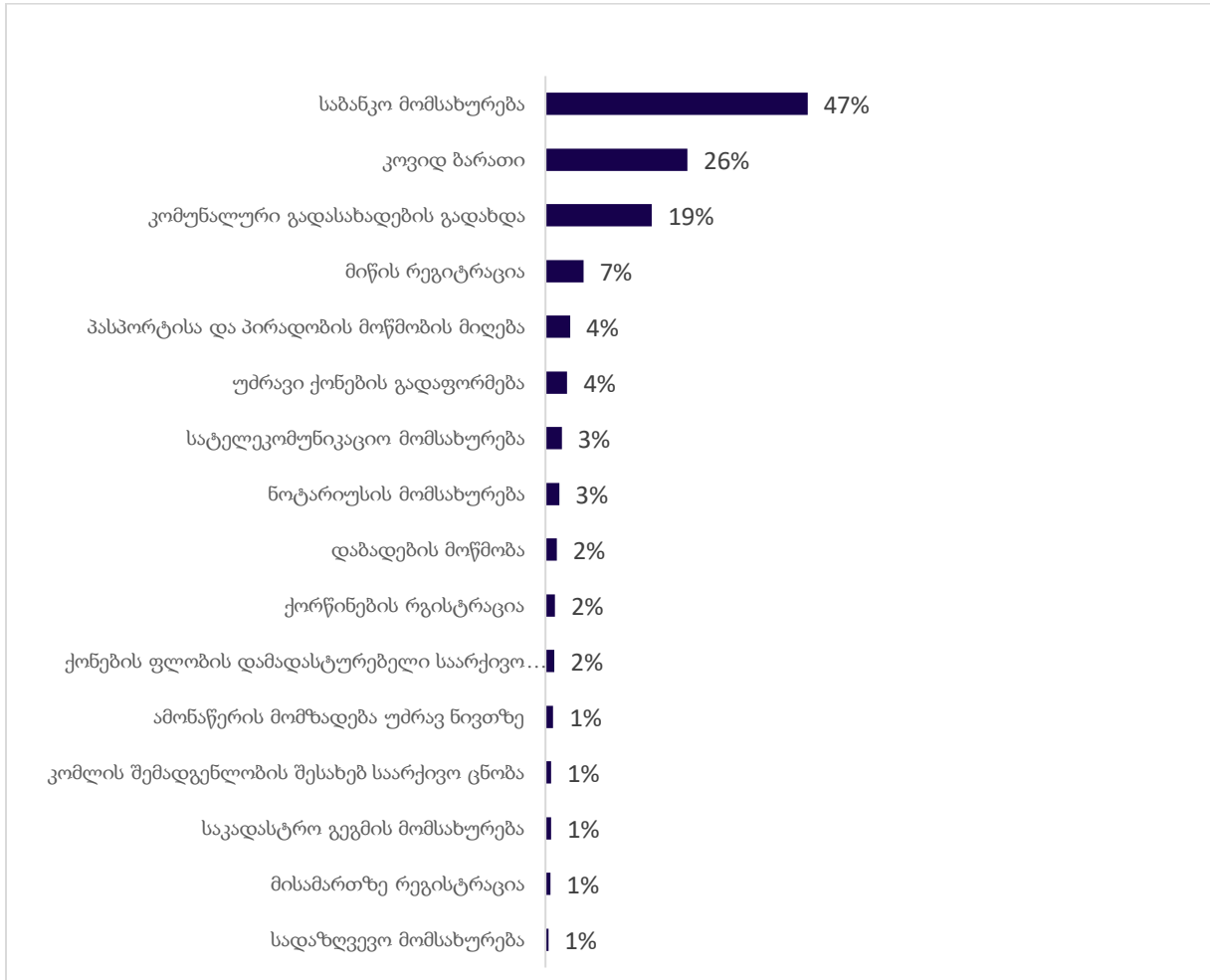
გრაფიკი 7. საზოგადოებრივ ცენტრში არის თუ არა რაიმე ისეთი სერვისი / მომსახურება, რომლის შესახებაც შეიტყვეთ საზოგადოებრივ ცენტრში მისვლის შემდეგ?



სერვისებიდან, რომელთა შესახებ მომხმარებელმა ინფორმაცია ცენტრში მისვლის შემდეგ მიიღო, ყველაზე ხშირად საბანკო მომსახურება (47%), კოვიდ ბარათი (26%) და კომუნალური გადასახადების გადახდა (19%) დასახელდა. 2019 წლის კვლევაში ეს სერვისები განსხვავდებოდა და ეს იყო მიწის რეგისტრაცია (30%), უძრავი ქონების გადაფორმება (25%) და ქონების ფლობის დამადასტურებელი საარქივო ცნობა (16%).

რაც შეეხება ადგილზე აღმოჩენილი სერვისების სამომავლო გამოყენებას, მომხმარებლების უმრავლესობისათვის (90% და მეტი) სავარაუდოა ამ სერვისებით სარგებლობა ადგილზე.

გრაფიკი 8. შეგიძლიათ დამისახელოთ ის სერვისები, რომელთა შესახებაც შეიტყვეთ ადგილზე მისვლის/საზოგადოებრივ ცენტრში მისვლის შემდეგ?



საზოგადოებრივი ცენტრების მომხმარებელთა უმრავლესობა სერვისის მიღების ადგილად მის დასახლებას/რაიონულ ცენტრს ირჩევს. კვლევის სამიზნე სერვის ცენტრების უმრავლესობა რაიონულ ცენტრში მდებარეობს, ამიტომ რესპონდენტთა პასუხებში რაიონულ ცენტრის მინიშნება არ უნდა გავიგოთ, როგორც სერვისის მიღების ალტერნატიული ადგილი.

#### 4.4 საზოგადოებრივი ცენტრების მომსახურების შეფასება

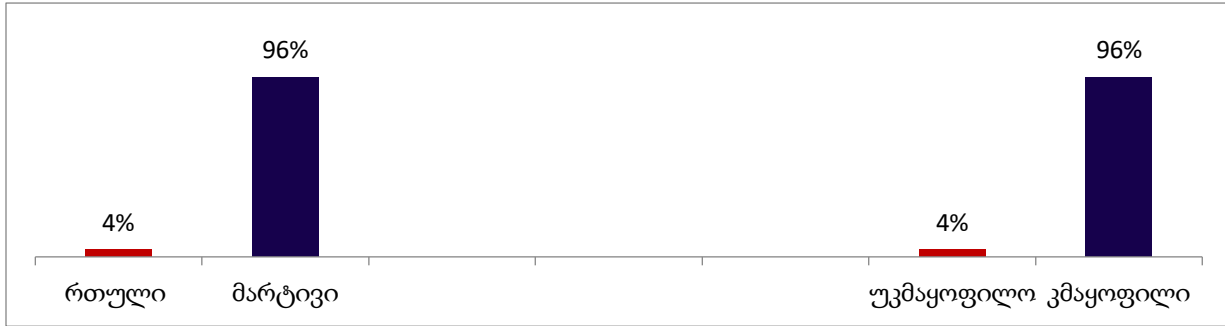
კვლევის შედეგებით გამოვლინდა, რომ მომხმარებელთა უმეტესობისთვის საზოგადოებრივი ცენტრი მარტივად მისადგომია (96%) და შესაბამისად, ცენტრის ადგილმდებარეობით კმაყოფილებაც მაღალია (96%).

მხოლოდ 41-მა მომხმარებელმა გვიპასუხა, რომ საზოგადოებრივ ცენტრამდე მისვლა „უფრო რთულია, ვიდრე მარტივი“, ამის ძირითადი მიზეზებად კი საზოგადოებრივი ტრანსპორტის არ არსებობა, საზოგადოებრივი ცენტრის სიშორე და ცუდი გზა დაასახელა. საზოგადოებრივი ცენტრების ჭრილში აღსანიშნავია ხარაგაულის (12%) და დედოფლისწყაროს (9%) სერვის



ცენტრების მომხმარებლები, რომლებიც საზოგადოებრივ ცენტრში მისვლას შედარებით მეტად აფასებენ, როგორც რთულს (თუმცა მათი რაოდენობა მინიმალურია). ამ სერვის ცენტრებში უკმაყოფილებაც ოდნავ მაღალია (ხარაგაული 10%, დედოფლისწყარო 14%). ასევე, შედარებით მაღალია უკმაყოფილება ადგილმდებარეობით ხევის სერვის ცენტრის შემთხვევაში (14%), თუმცა ამ ადამიანების რიცხვი, ამ შემთხვევაშიც, მინიმალურია.

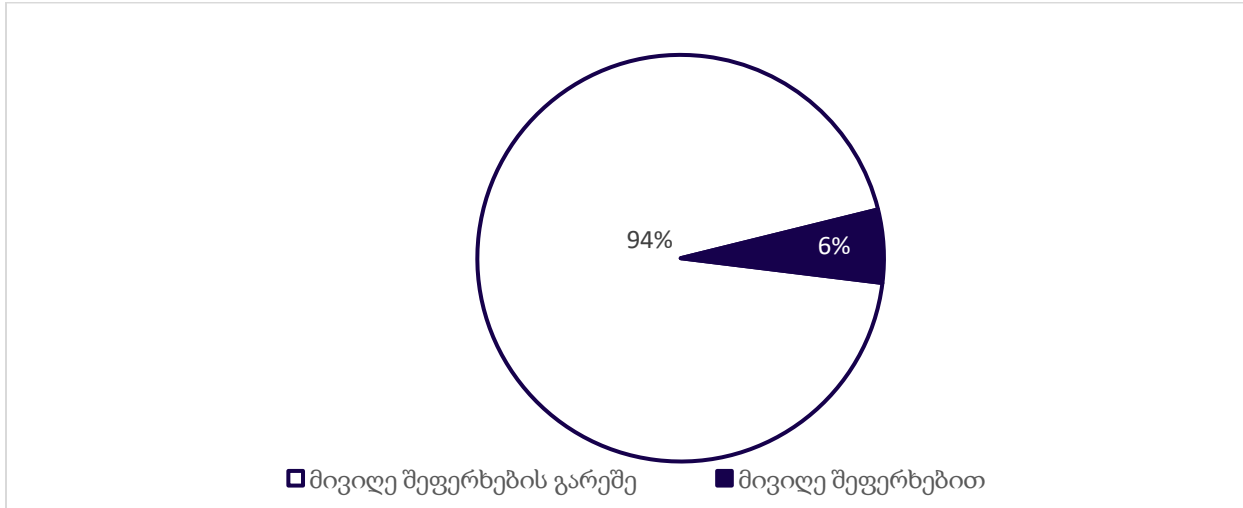
*გრაფიკი 9. რამდენად მარტივი იყო თქვენთვის საზოგადოებრივ ცენტრში მისვლა? რამდენად კმაყოფილი ხართ ადგილმდებარეობით?*



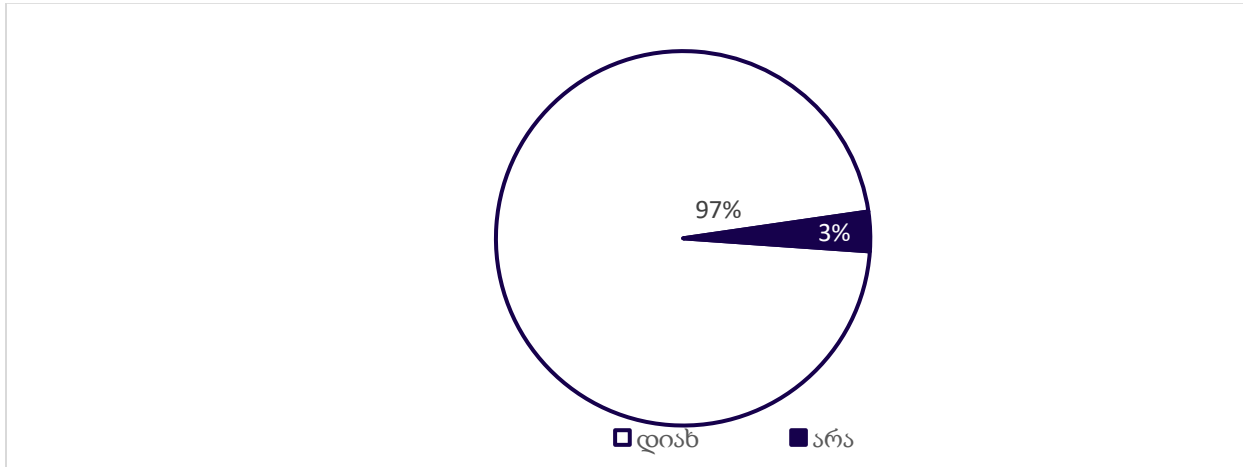
აღსანიშნავია, რომ მომხმარებელთა 94%-მა მომსახურება მიიღო შეფერხებების გარეშე. შეფერხების მიზეზებად კი უმეტესად დასახელდა გადამისამართება (N=22), თანამშრომლის არაკომპეტენტურობა (N=13) და ტექნიკური /პროგრამული პრობლემები (N=7). საბოლოო ჯამში, მომხმარებელთა მცირე ნაწილმა (3% - N=40) ვერ მიიღო სასურველი მომსახურება, რის მთავარ მიზეზებადაც წარსადგენი საბუთების არ ქონა (10) და ჯერ კიდევ განხილვის პროცესში ყოფნა დასახელდა (N=9).

მონაცემების საზოგადოებრივი ცენტრების ჭრილში გაანალიზების შედეგად ჩანს, რომ შეფერხების გარეშე მომსახურების მიღებას ყველგან თანაბრად მაღალი პროცენტი აქვს. შეიძლება აღინიშნოს მხოლოდ ხობის საზოგადოებრივი ცენტრი, სადაც სხვებთან შედარებით დაბალია მონაცემი - 86%, თუმცა შეფერხების მთავარი მიზეზი ამ შემთხვევაშიც გადამისამართება და მომსახურების განხილვის პროცესში ყოფნაა (მსგავსი გამოცდილების მქონე რესპონდენტების რაოდენობა, ამ შემთხვევაშიც, ერთეულია).

გრაფიკი 10. მიიღეთ თუ არა თქვენთვის სასურველი მომსახურება შეფერხების გარეშე?



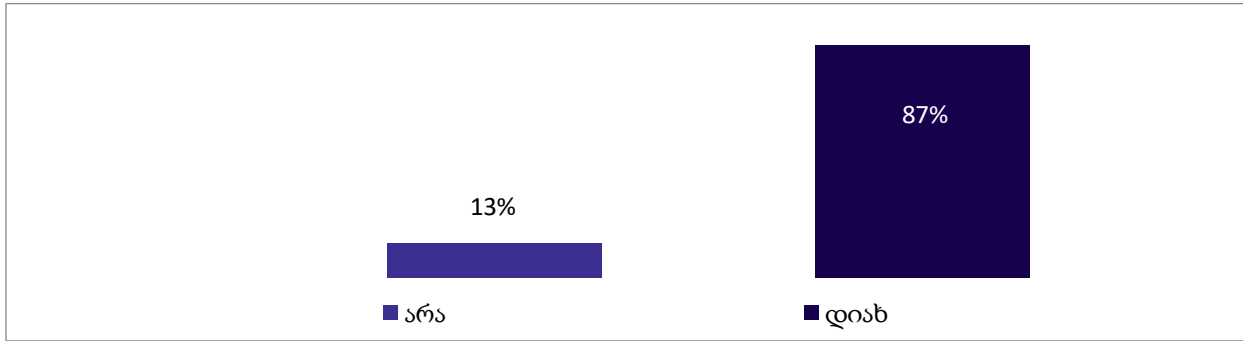
გრაფიკი 11. საბოლოო ჯამში, მიიღეთ თუ არა, თქვენთვის სასურველი მომსახურება?



კვლევის შედეგებიდან გამოვლინდა, რომ საზოგადოებრივ ცენტრში მისულ მომხმარებელს, უმეტეს შემთხვევაში (87%), კონსულტაციას უწევს და აკვალიანებს პერსონალი სასურველი სერვისის მისაღებად.

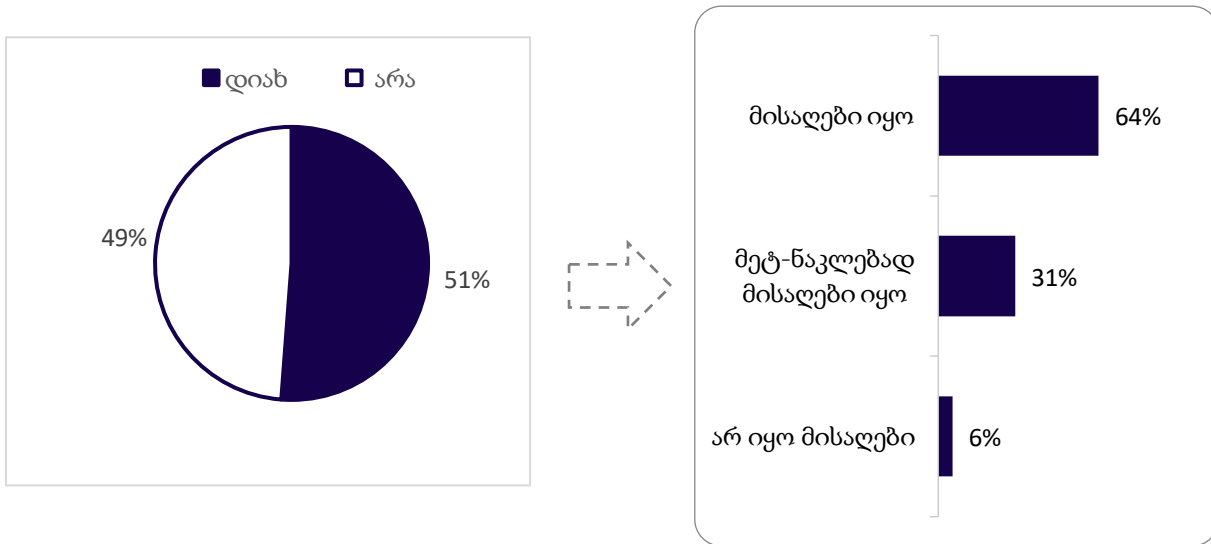
საზოგადოებრივი ცენტრების ჭრილში თუ შევხედავთ, შედარებით განსხვავებულია ჩხოროწყუს სერვის ცენტრი, სადაც მომხმარებლების მხოლოდ 49% -ს გაუწიეს კონსულტაცია მისვლისას და დააკვალიანეს. სხვა ცენტრებში ეს მონაცემი 71% და მეტია, 9 ცენტრში კი 90%-ს აჭარბებს.

გრაფიკი 12. როდესაც პირველად მიხვედით საზოგადოებრივ ცენტრში, დაგაკვლიანათ თუ არა ცენტრის თანამშრომელმა თქვენთვის საინტერესო საკითხთან დაკავშირებით?



საზოგადოებრივი ცენტრების მომხმარებელთა 51%-მა საფასური გადაიხადა მომსახურებაში და მომსახურების ღირებულება მათი უმრავლესობისთვის მისაღები (64%) ან მეტ-ნაკლებად მისაღები (31%) აღმოჩნდა.

გრაფიკი 13. ფასიანი იყო თუ არა თქვენს მიერ მოთხოვნილი სერვისი? მისაღები იყო თუ არა თქვენს მიერ მომსახურებაში გადახდილი/გადასახადი ?



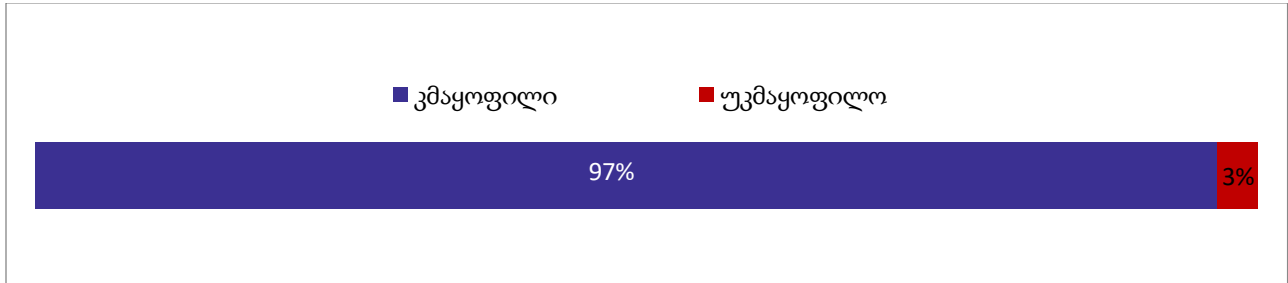
საზოგადოებრივი ცენტრების კვლევის ერთ-ერთ მიზანს წარმოადგენდა მომსახურებით კმაყოფილებისა და უკმაყოფილების მიზეზების დადგენა. მომხმარებლები, 4 ქულიან აღმავალ სკალაზე აფასებდნენ, მთლიანობაში რამდენად კმაყოფილები არიან საზოგადოებრივი ცენტრის მომსახურებით. ზოგადი კმაყოფილების შეფასების საშუალო ქულა 3.6-ის ტოლია, მომსახურებას დადებითად აფასებს მომხმარებლების 97%. შეფასებები 2019 წელს ჩატარებული კვლევის შეფასებების მსგავსი და სტაბილურად მაღალ კმაყოფილებას უჩვენებს (2022 წელს კმაყოფილების საშუალო ქულა 3.8, კმაყოფილი მომხმარებლების წილი - 96%).

კმაყოფილების მთავარ მიზეზად სწრაფი მომსახურება (70%), ხარისხიანი მომსახურება (60%), ტერიტორიული სიახლოვე (43%) და კომფორტული გარემო (34%) დასახელდა. 2019 წელს კმაყოფილების მთავარი მიზეზი ტერიტორიული სიახლოვე იყო რომელსაც მომხმარებლების 82% ასახელებდა. სხვაობა, გარკვეულწილად, შეიძლება აიხსნას შერჩევის სპეციფიკით და 2022 წლის კვლევაში ცენტრების შეზღუდული რაოდენობის ჩართვით.

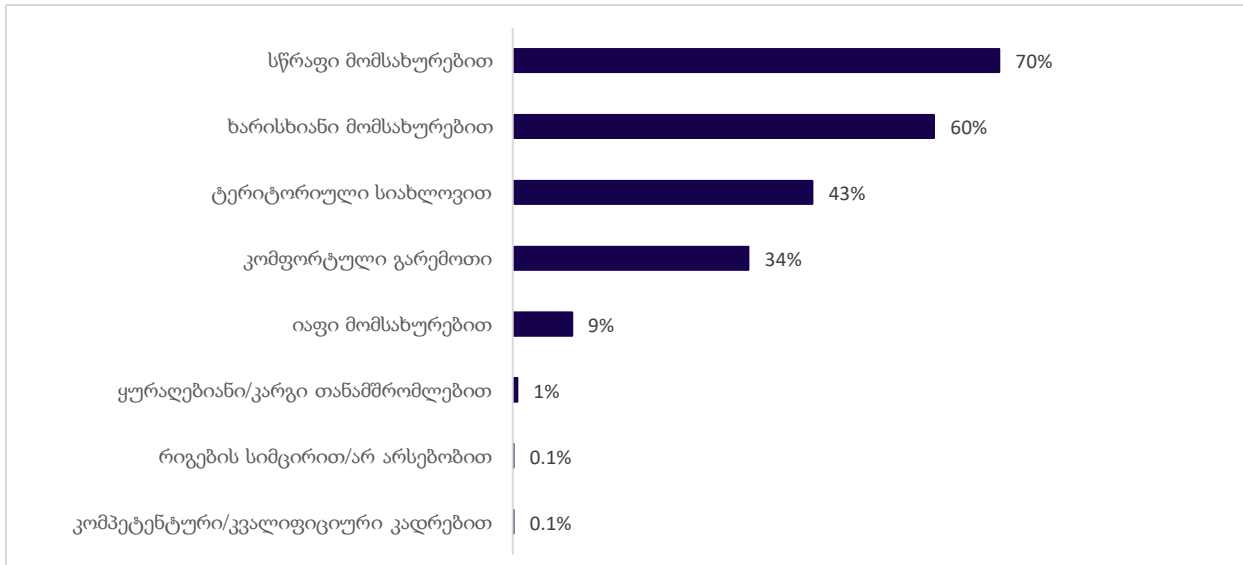
საზოგადოებრივი ცენტრების მომსახურებით კმაყოფილი რესპონდენტების რაოდენობა 85%-დან 100%-მდე მერყეობს. შედარებით „დაბალ“ შეფასებას საზოგადოებრივ ცენტრებს ხობის (85%) და დედოფლისწყაროს (89%) საზოგადოებრივი ცენტრების მომხმარებლები აძლევენ, დანარჩენი საზოგადოებრივი ცენტრებით კმაყოფილებას კი მომხმარებლების 95% და მეტი გამოხატავს. ხობში, სხვა საზოგადოებრივი ცენტრებისგან განსხვავებით, მხოლოდ 14% აქვს კმაყოფილების მიზეზებში სწრაფ მომსახურება. მათთვის კმაყოფილების მთავარი მიზეზი ტერიტორიული სიახლოვე და კომფორტული გარემოა.

საბოლოო ჯამში, მხოლოდ 28 რესპონდენტი დარჩა საზოგადოებრივ ცენტრში მიღებული მომსახურებით უკმაყოფილო, რის მიზეზადაც უხარისხო მომსახურება (N=13), თანამშრომლების არაკომპეტენტურობა (N=7) და რიგები (N=7) დასახელდა.

გრაფიკი 14. საზოგადოებრივი ცენტრით ზოგადი კმაყოფილება

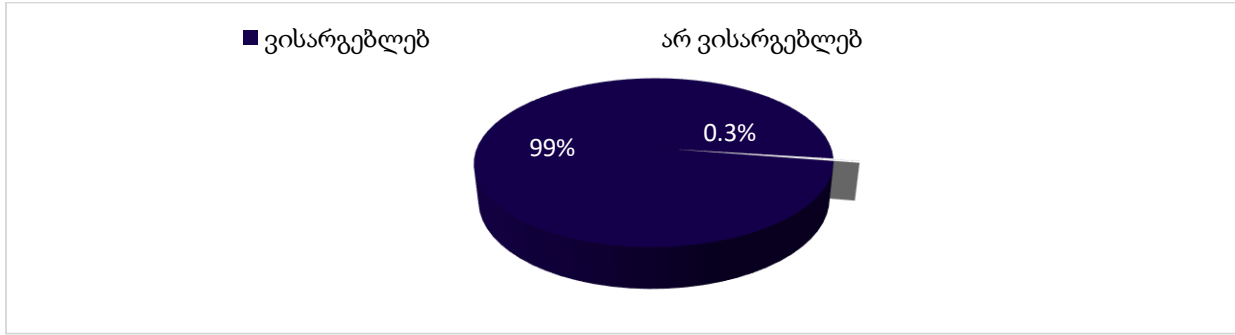


გრაფიკი 15. გთხოვთ მითხრათ, რით ხართ კმაყოფილი?



კმაყოფილების მაღალი მაჩვენებლის ანალოგიურად, მაღალია მომავალში, საჭიროების შემთხვევაში, საზოგადოებრივი ცენტრით სარგებლობის ალბათობაც. გამოკითხულების 99% აცხადებს, რომ აუცილებლად ისარგებლებს საზოგადოებრივი ცენტრების მომსახურებით მომავალში.

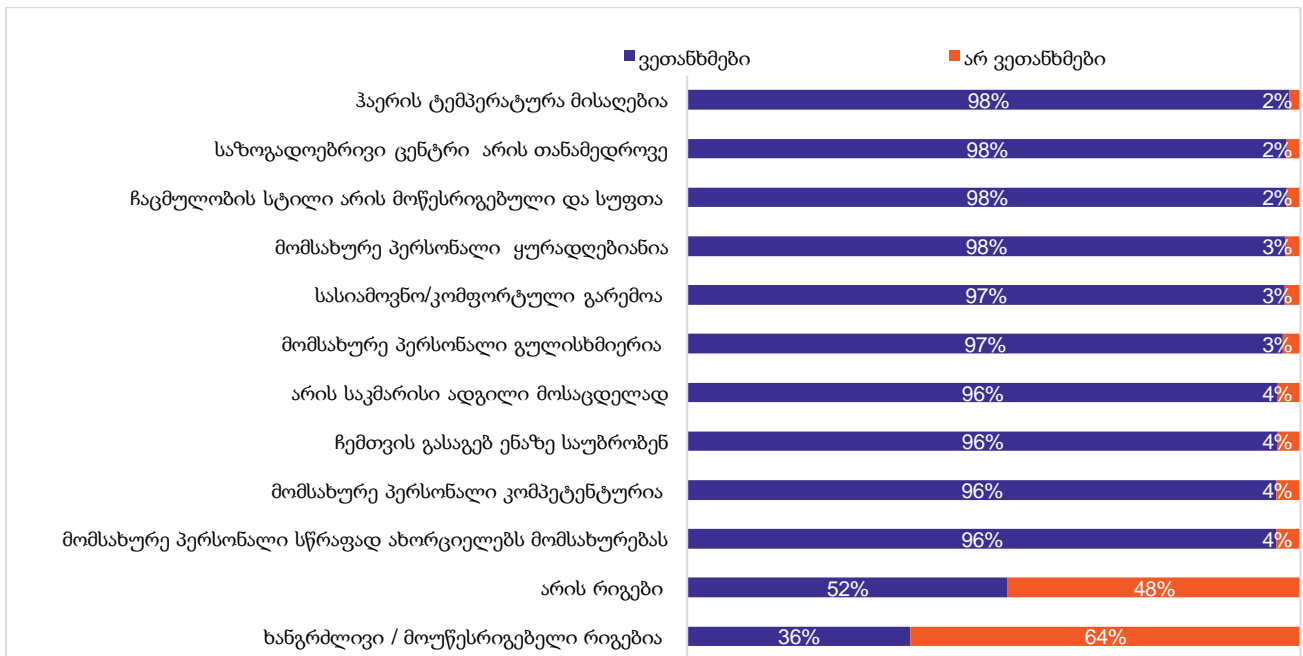
გრაფიკი 16. რამდენად შესაძლებელია, რომ თუ დაგჭირდებათ, ისარგებლებთ საზოგადოებრივი ცენტრის მომსახურებით?



რესპონდენტები აფასებდნენ საზოგადოებრივი ცენტრის მომსახურების ხარისხს სხვადასხვა პარამეტრებით (პერსონალის კომპეტენტურობა, პერსონალის კეთილგანწყობა, მომსახურების სისწრაფე, გარემო, სხვა). ძირითადად, მომხმარებელთა 96%-ზე მეტი (“სრულიად ვეთანხმები” და “ძირითადად ვეთანხმები”) მაღალ შეფასებას აძლევს მიღებულ მომსახურებას. რესპონდენტების ნახევარი აღნიშნავს, რომ რიგები არის, თუმცა არა ხანგრძლივი და მოუწესრიგებელი. საზოგადოებრივი ცენტრების ჭრილში შედარებით დაბალ შეფასებას აძლევენ ხობის საზოგადოებრივ ცენტრს.

2022 წელს მომსახურების შეფასებები იმეორებს 2019 წლის კვლევის შედეგებს.

გრაფიკი 17. სერვის ცენტრების მომსახურების შეფასება სხვადასხვა პარამეტრით

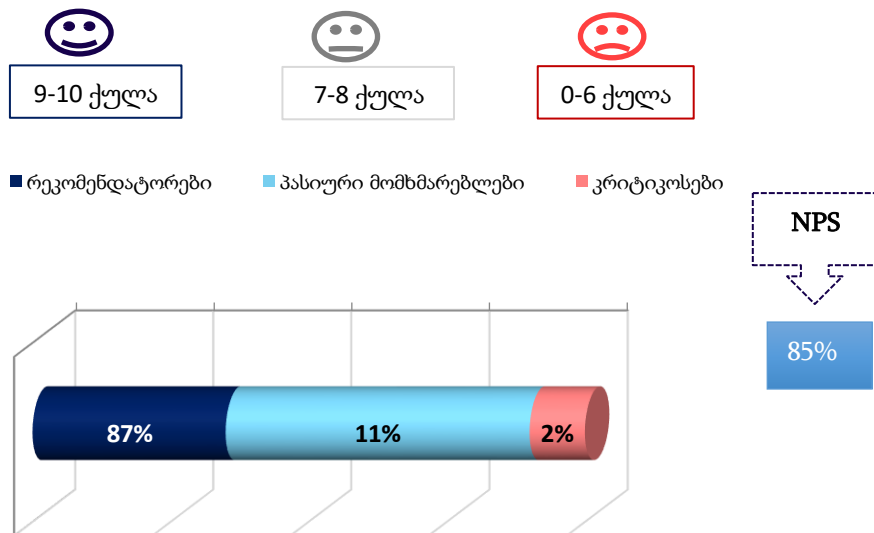


## 4.5 ინდექსები მომხმარებელთა კმაყოფილების შესაფასებლად

### NPS ინდექსი

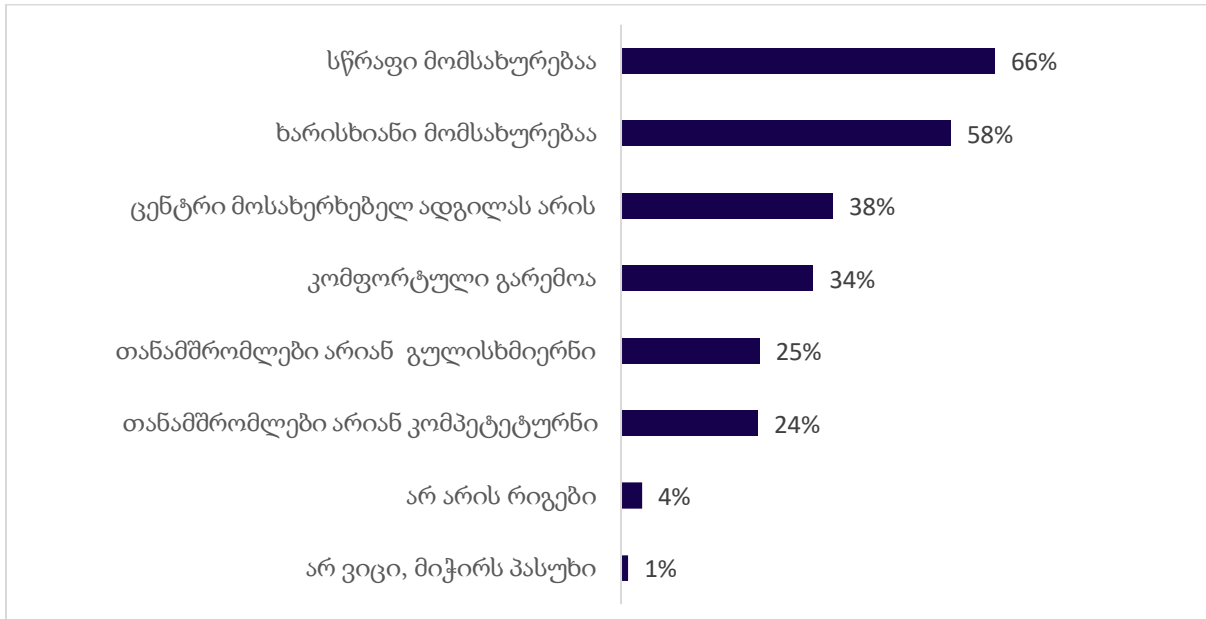
საზოგადოებრივი ცენტრების კმაყოფილების კვლევის ფარგლებში დაანგარიშდა მომხმარებლის Net Promoter Score (NPS), რომელიც საშუალებას გვაძლევს დავყოთ მომხმარებლები 3 ძირითად სეგმენტად - პრომოუტერებად, პასიურ მომხმარებლებად და დეტრაქტორებად. NPS ითვლება 10 ქულიანი სკალის მეშვეობით, რომელზეც ფასდება მომხმარებელთა მიერ ახლობლისათვის საზოგადოებრივი ცენტრის გამოყენების რჩევის ალბათობა. როგორც კვლევის შედეგად აღმოჩნდა, საზოგადოებრივ ცენტრებს ძალიან მცირე წილი (2%) ჰყავს დეტრაქტორები - უკმაყოფილო მომხმარებლები, რომლებიც რეალურ საფრთხეს წარმოადგენენ სერვისის განვითარებისთვის / ზრდისთვის, რადგან უარყოფითად საუბრობენ სერვისზე სხვებთან; პასიური მომხმარებლებიც - სეგმენტი, რომელიც ზოგადად კმაყოფილია, თუმცა მგრძნობიარეა ალტერნატიული სერვისის მოძიებების შემთავაზებების მიმართ - ნაკლებად არიან წარმოდგენილი მომხმარებელთა შორის (11%). საზოგადოებრივი ცენტრის მომხმარებელთა შორის ჭარბობს რეკომენდატორების სეგმენტი (87%), შესაბამისად საზოგადოებრივი ცენტრების მომხმარებელთა NPS არის 85% (სხვაობა რეკომენდატორებსა და კრიტიკოსებს შორის), რაც ნიშნავს იმას, რომ საზოგადოებრივი ცენტრის მომხმარებლები ხასიათდებიან ლოიალურობით, რეგულარულად მოიხმარენ სერვისს და უწყვენ რეკომენდაციას ახლობლებს კონკრეტული სერვისის თაობაზე. წინა ტალღასთან შედარებით გაზრდილია NPS ინდექსი პასიური მომხმარებლების შემცირების ხარჯზე (2019 წელს NSP ინდექსი 74%-ს შეადგენდა).

გრაფიკი 18. NPS ინდექსი



რაც შეეხება მიზეზს, თუ რატომ ურჩევენ მომხმარებლები საზოგადოებრივი ცენტრით სარგებლობას ახლობლებს - როგორც აღმოჩნდა, რჩევის უმთავრესი მიზეზი სწრაფი მომსახურება (66%), ხარისხიანი მომსახურება (58%), ცენტრის მოსახერხებელი ადგილმდებარეობა (38%) და კომფორტული გარემოა (34%).

გრაფიკი 19. რატომ ურჩევდით თქვენს ახლობელს, მიემართა საზოგადოებრივი ცენტრისთვის?



**მდგრადი განვითარების მიზნების 16.6.2 ინდიკატორი - სერვისებით კმაყოფილი მომხმარებლის წილი**

მდგრადი განვითარების მიზნების 16.6.2 ინდიკატორი ითვალისწინებს იმის შესწავლას, თუ რამდენად კმაყოფილია საჯარო სერვისებით სარგებლობით მოსახლეობა, რომელმაც ამ სერვისით უკანასკნელი 12 თვის მანძილზე ისარგებლა. ინდიკატორის დაანგარიშება მოიცავს შემდეგის გამოთვლას:

- დადებითი პასუხების საშუალო მაჩვენებელი საჯარო სერვისების ატრიბუტებთან დაკავშირებით (5 ატრიბუტის შეფასებით გამოყვანილი დადებითი პასუხების საშუალო);
- საჯარო სერვისებით ზოგადად კმაყოფილი რესპონდენტების წილი.

იმისათვის, რომ გამოგვეთვალა ზემოთ მოცემული პირველი მაჩვენებელი, კითხვარში წინასწარ ჩაიდო 5 კითხვა, რომლებიც ზომავდა მიღებული სერვისის: ფიზიკურ ხელმისაწვდომობას, ფინანსურ ხელმისაწვდომობას, სერვისის მიწოდების ეფექტიანობას, თანაბარ მოპყრობას ყველასთვის და დროში ეფექტიანობას. დადებითი მაჩვენებლის საშუალო პასუხის გამოსათვლელად:

- თავდაპირველად დაანგარიშდა იმ რესპონდენტების წილი, რომლებმაც ხუთივე კითხვაზე გასცეს პასუხი „სრულიად ვეთანხმები“ ან „ვეთანხმები“;
- შემდგომ დაანგარიშდა ხუთივე შემთხვევაში მიღებული წილის საშუალო (დადებითი პასუხების შესაბამისად).

რაც შეეხება მეორე მაჩვენებელს, ის უჩვენებს საზოგადოებრივი ცენტრების მომსახურებით ზოგადად კმაყოფილი რესპონდენტების წილს („კმაყოფილი“ ან „ძალიან კმაყოფილი“).



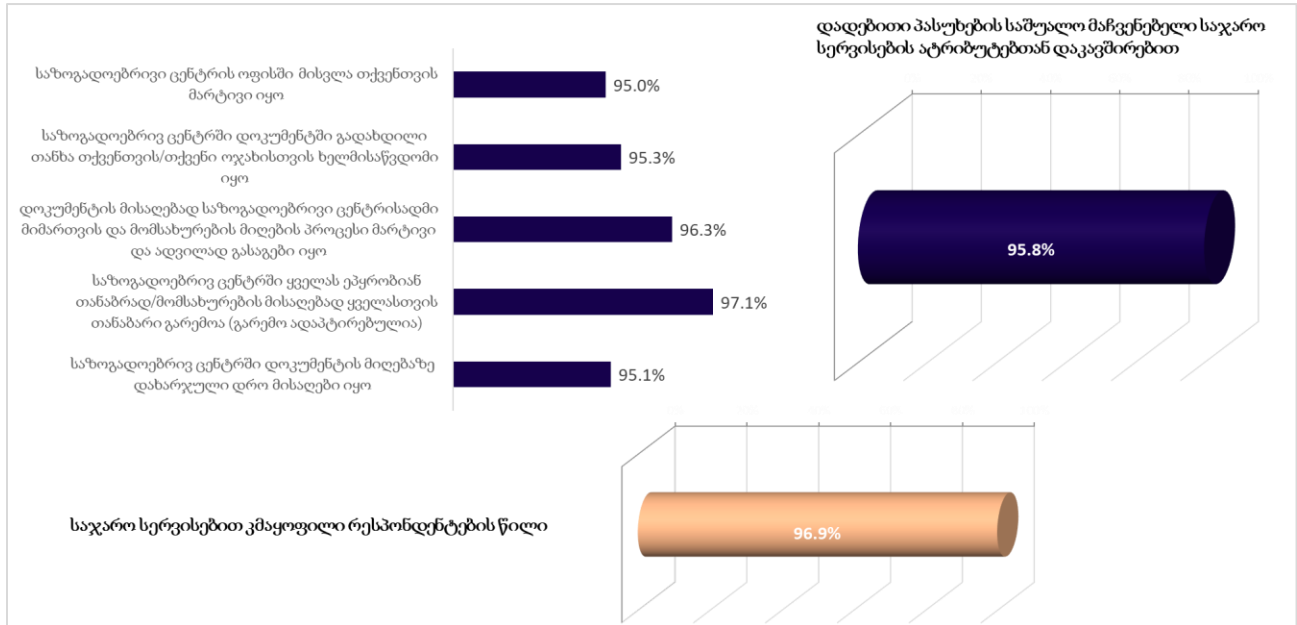
აქვე უნდა აღინიშნოს, რომ ორივე მაჩვენებელი გამოითვალა შემდეგნაირად:

- შესაბამისი კითხვები დაესვათ მხოლოდ იმ რესპონდენტებს, ვინც ისარგებლა 14 სამიზნე ცენტრიდან ერთ-ერთის მომსახურებით უკანასკნელი 12 თვის მანძილზე.
- დადებითი პასუხების წილი გამოითვალა მხოლოდ იმ პასუხებიდან, რომლებიც გამოხატავს მკაფიო დამოკიდებულებას - „სრულიად ვეთანხმები“, „ვეთანხმები“, „არ ვეთანხმები“, „სრულიად არ ვეთანხმები“/“მალიან კმაყოფილი“, „კმაყოფილი“, „უკმაყოფილო“, „სრულიად უკმაყოფილო“. დაანგარიშებისას მხედველობაში არ იქნა მიღებული იმ რესპონდენტების პასუხები, რომლებსაც კითხვაზე პასუხის გაცემა უჭირთ ან უარს ამბობენ პოზიციის გამოხატვაზე.

კვლევამ უჩვენა, რომ ხუთივე ატრიბუტის მიხედვით - ფიზიკური ხელმისაწვდომობა, ფინანსური ხელმისაწვდომობა, სერვისის მიწოდების ეფექტიანობა, თანაბარი მოპყრობა ყველასთვის, დროში ეფექტიანობა - დადებითი შეფასების მქონე რესპონდენტების წილი აჭარბებს 95%-ს, ამ დადებითი შეფასებების საშუალო კი არის 95.8%, რაც უკიდურესად მაღალ შეფასებაზე მიუთითებს მათ შორის, ვინც სერვისების განვითარების სააგენტოს მომსახურებით უკანასკნელი 12 თვის მანძილზე ისარგებლა.

კვლევამ ასევე უჩვენა უკიდურესად მაღალი ზოგადი კმაყოფილება მიღებული სერვისით - კმაყოფილია მათი 96.7%, ვინც მომსახურებით ისარგებლა და ვინც გამოხატა აქტიური პოზიცია თემის მიმართ.

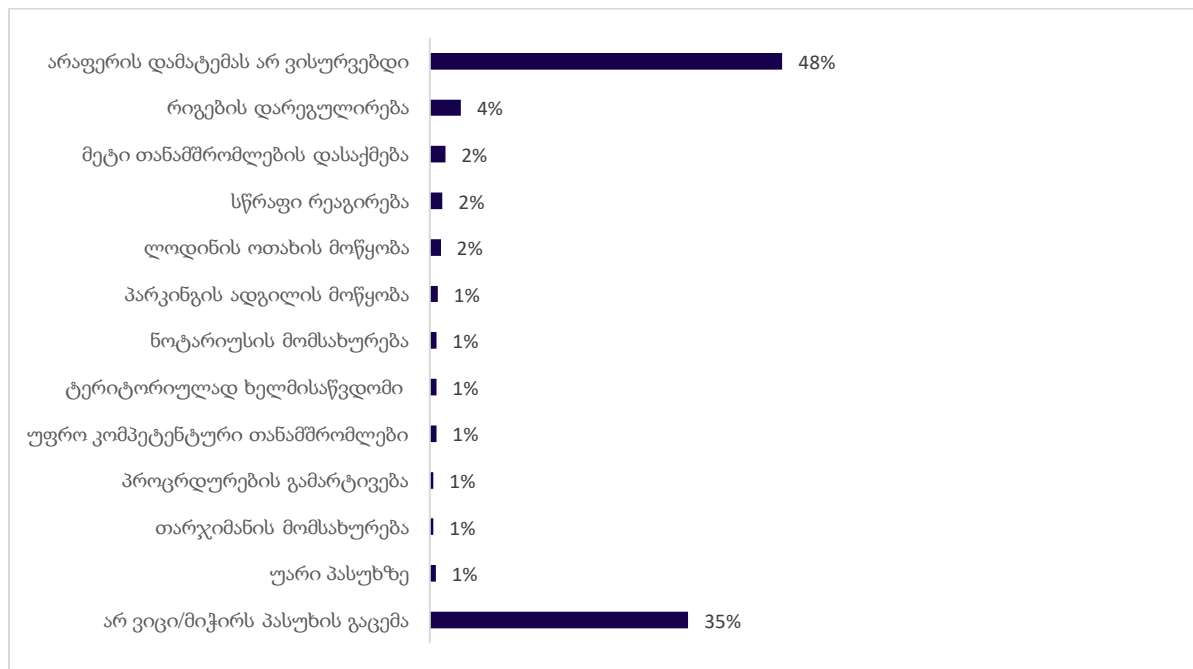
გრაფიკი 20. მდგრადი განვითარების მიზნების 16.6.2 ინდიკატორი



#### 4.6 დამატებითი სერვისები და მათი შეფასება

მომხმარებლების ნახევრის (48%) აზრით, საზოგადოებრივ ცენტრში არაფერია დასამატებელი და გასაუმჯობესებელი, მათი მცირე ნაწილი კი თვლის, რომ საზოგადოებრივ ცენტრებში უნდა მოწესრიგდეს რიგი (4%), უფრო სწრაფი უნდა გახდეს მომსახურება (2%) და მოეწყოს ლოდინის ოთახი (2%). რაც შეეხება სერვისის დამატებას, ნახევარზე მეტი არცერთი სერვისის დამატებას არ ისურვებდა, ხოლო ვინც ისურვებდა, მათი სურვილები ერთეული და დანაწევრებულია და მკაფიო დასკვნის გამოტანის საშუალებას არ იძლევა - მით უფრო, საზოგადოებრივი ცენტრების ჭრილში. თუმცა, აღსანიშნავია ვანის საზოგადოებრივი ცენტრი, სადაც მომხმარებლების 11%-ს აქვს ნოტარიუსის მომსახურების დამატების სურვილი.

გრაფიკი 19. გთხოვთ მითხრათ, რის დამატებას/გაუმჯობესებას ისურვებდით საზოგადოებრივ ცენტრში?

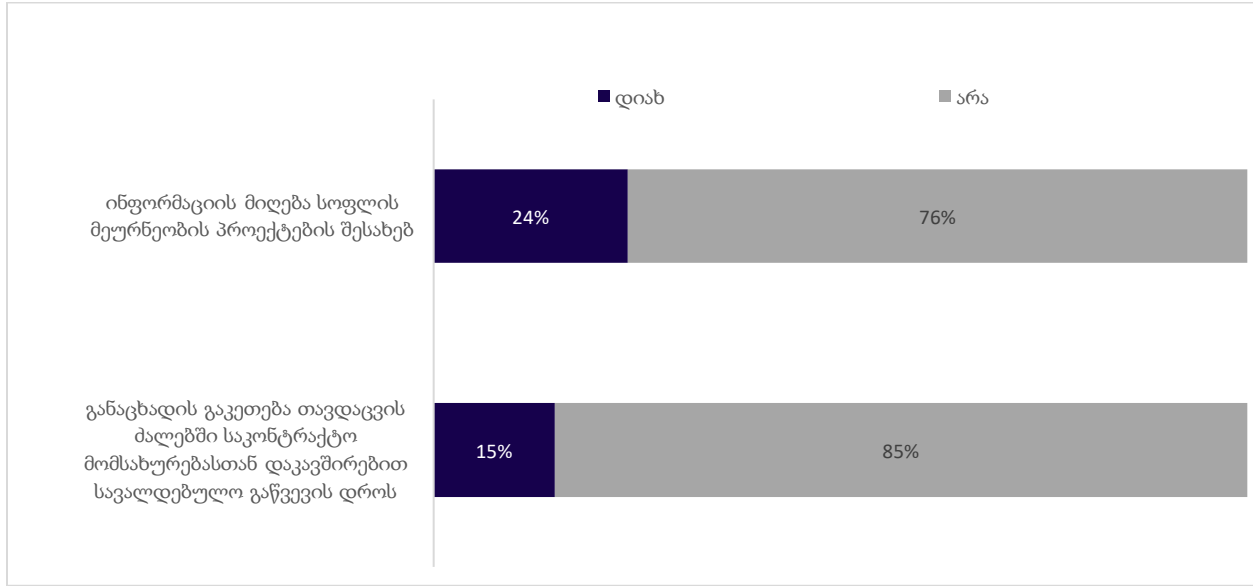


კვლევის ერთ-ერთ მიზანს წარმოადგენდა საზოგადოებრივ ცენტრებში დამატებითი მომსახურებების ცნობადობის შესწავლა. გამოვლინდა, რომ 4 მომხმარებლიდან 3-ს არ აქვს ინფორმაცია, რომ მას შეუძლია საზოგადოებრივ ცენტრში მიიღოს ინფორმაცია სოფლის მეურნეობის პროექტებზე (76%), 85%-მა კი არ იცის, რომ საზოგადოებრივ ცენტრში შესაძლებელია განაცხადის გაკეთება თავდაცვის ძალებში საკონტრაქტო მომსახურებასთან დაკავშირებით სავალდებულო გაწვევის დროს.

საზოგადოებრივი ცენტრების მიხედვით სოფლის მეურნეობის პროექტების შესახებ ყველაზე მეტი ცოდნა აქვთ ასპინძაში (51%) და ხევში (42%), ხოლო ყველაზე ნაკლები სიღნაღში (3%), ნინოწმინდასა (10%) და ვანში (13%).

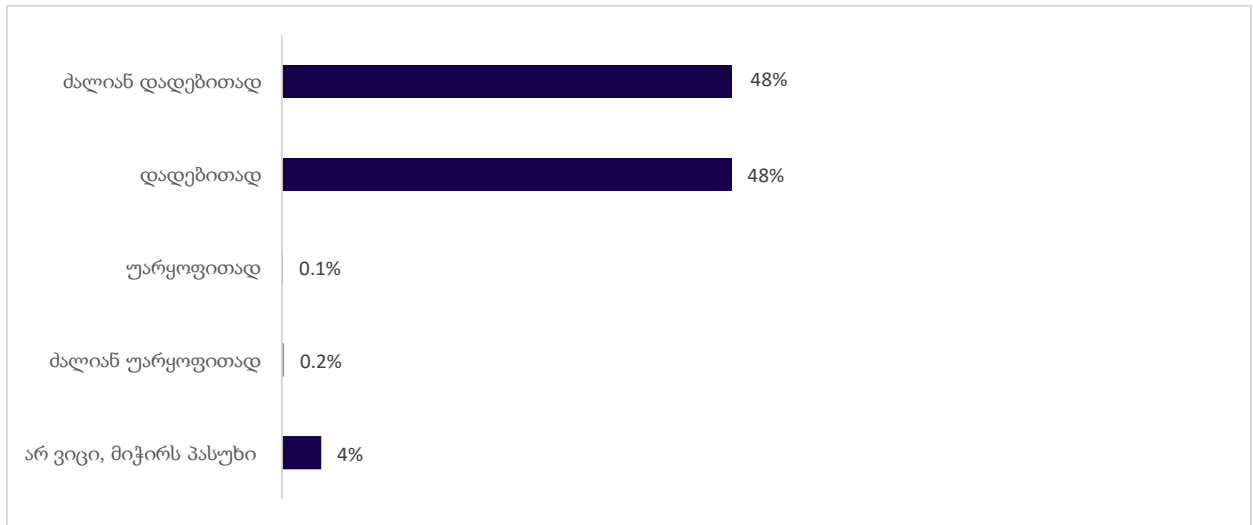
რაც შეეხება თავდაცვის ძალებში საკონტრაქტო მომსახურებასთან დაკავშირებით განაცხადის გაკეთებას, ამ მომსახურების შესახებ თითქმის საერთოდ არ სმენიათ ნინოწმინდაში (0%) და სიღნაღში (1%), ხოლო ყველაზე მეტი ინფორმაციას ასპინძაში ფლობენ (46%).

გრაფიკი 20. იცით თუ არა, რომ ეს მომსახურებები შეგიძლიათ მიიღოთ საზოგადოებრივ ცენტრებში?



ზოგადად, აღსანიშნავია, რომ გამოკითხულების (და არა ცალკე აღებული მომხმარებლების) აბსოლუტური უმრავლესობა (96%) პოზიტიურად აფასებს მათ დასახლებაში საზოგადოებრივი ცენტრის არსებობას (მალიან დადებითი და დადებითი შეფასებების წილი თანაბარია და, ორივე შემთხვევაში, 48%-ს შეადგენს).

გრაფიკი 21. ზოგადად, როგორ აფასებთ თქვენს დასახლებაში საზოგადოებრივი ცენტრის არსებობას?

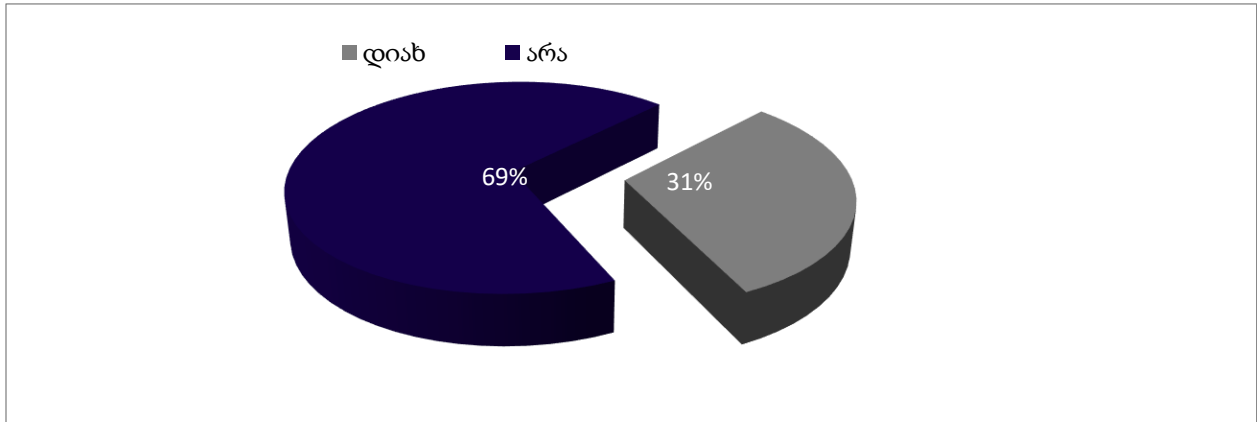


კვლევის ფარგლებში შესწავლილი იყო ასევე იუსტიციის სახლის ცხელი ხაზის შესახებ ინფორმაციის ფლობა, მისი გამოყენება და კმაყოფილება. მიღებული შედეგებით დგინდება, რომ რესპოდენტების 31%-ს სმენია იუსტიციის სახლის ცხელი ხაზის შესახებ, თუმცა სარგებლობის გამოცდილება მხოლოდ 6%-ს (N=49) აქვს. ცხელის ხაზის გამოყენების ძირითად მიზეზს სერვისებზე ინფორმაციის მიღება და დაგვიანებული პასუხის მიზეზის გარკვევა წარმოადგენს. რესპოდენტების სრული უმრავლესობა 94% (N=45), რომლებსაც

უსარგებლიათ ცხელი ხაზით, კმაყოფილი (57%, N=30) ან ძალიან კმაყოფილია (37%, N=15) აღნიშნული მომსახურებით.

საზოგადოებრივი ცენტრების ჭრილში ჩანს, რომ ყველაზე მეტად ქოლ ცენტრის შესახებ ინფორმაცია აქვთ ჭრებალოში (41%) ხოლო დანარჩენი საზოგადოებრივი ცენტრების მომხმარებლებში ცხელი ხაზის ცნობადობა 19%-დან 38%-მდე მერყეობს.

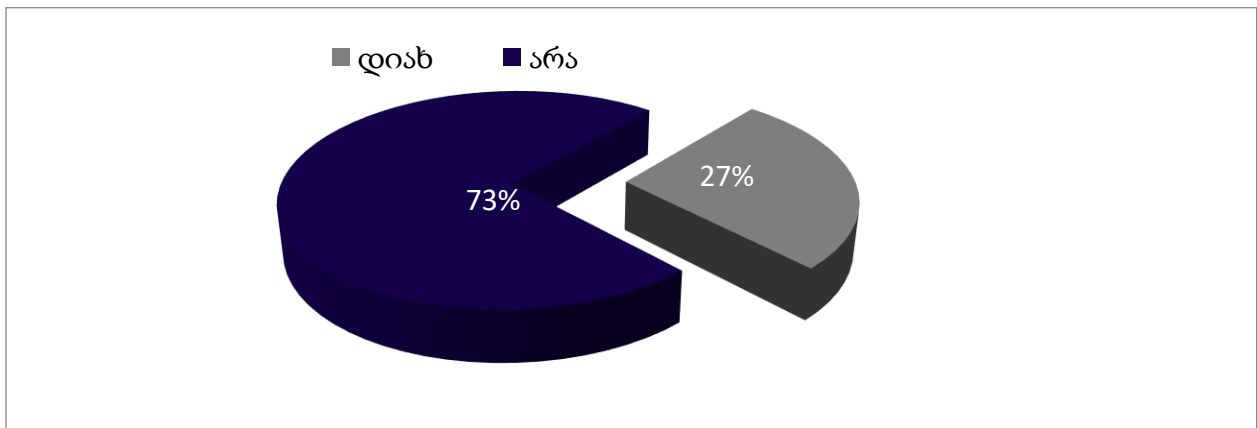
გრაფიკი 22. გსმენიათ თუ არა იუსტიციის სახლის ცხელი ხაზის შესახებ?



რესპოდენტთა 27%-ს სმენია, იუსტიციის სახლის ვებგვერდზე ონლაინ დახმარების სერვისის - ე.წ ონლაინ ჩათის შესახებ, მათ შორის 8%-ს (N=56) კი ის გამოუყენებია კიდევ ვიზიტის დასაჯავშნად (N=22), რეგისტრაციისთვის (N=8), პირადობის მოწმობის ასაღებად (N=7). რესპოდენტების სრული უმრავლესობა, ვინც ისარგებლა ამ მომსახურებით, 95% (N=55) კმაყოფილი ან ძალიან კმაყოფილია აღნიშნული მომსახურებით.

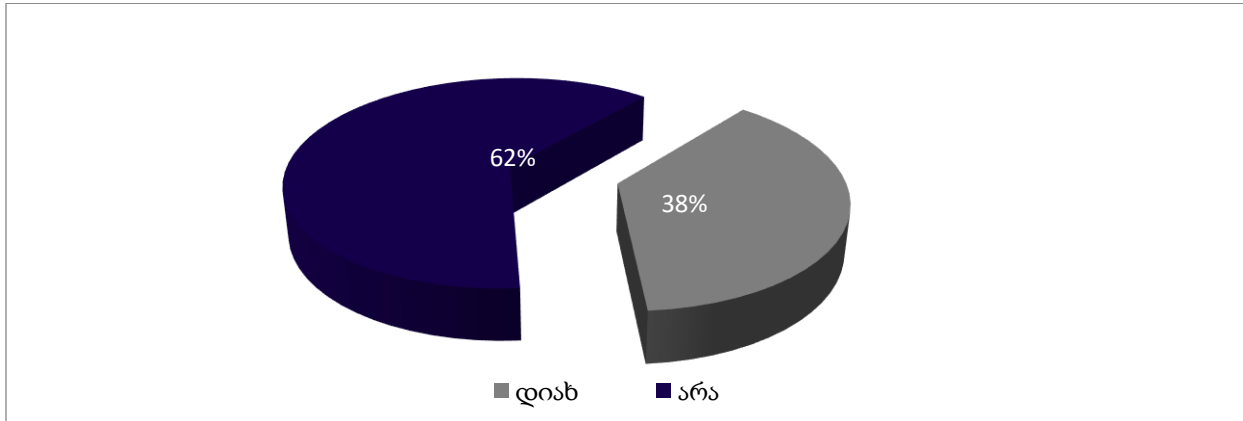
საზოგადოებრივი ცენტრების ჭრილში სურათი განსხვავებულია. იუსტიციის სახლის ვებგვერდზე ონლაინ დახმარების სერვისის -ე.წ. ონლაინ ჩათის შესახებ ყველაზე მეტი ინფორმაცია აქვთ ხობში (49%), ყველაზე ნაკლები კი - ნინოწმინდაში (1%). სხვა საზოგადოებრივ ცენტრებში მონაცემები 12%-დან 38%-მდე მერყეობს.

გრაფიკი 22. გსმენიათ თუ არა იუსტიციის სახლის ვებ გვერდზე ონლაინ დახმარების სერვისის შესახებ?



მომხმარებელთა 38%-მა იცის, რომ საზოგადოებრივი ცენტრის მომსახურების მიღება შეუძლია ონლაინ. თუმცა ამ მეთოდისთვის მათგან მხოლოდ 4% (N=42) მიუმართავს და ამის მთავარი მიზეზი დაჯავშნა იყო (18). ყველა მომხმარებელი, ვინც საზოგადოებრივი ცენტრის მომსახურება ონლაინ მიიღო, კმაყოფილი (57% N=20) ან ძალიან კმაყოფილია (43% N=22). საზოგადოებრივი ცენტრების ჭრილში მონაცემების გაანალიზებამ უჩვენა, რომ ონლაინ მომსახურების შესახებ ინფორმაცია თითქმის არ აქვთ ნინოწმინდაში (1%), ხოლო ყველაზე მეტად ამ მომსახურების შესახებ სმენიან ხობში (55%) და ბაღდათში.

*გრაფიკი 23. გსმენიათ თუ არა, რომ საზოგადოებრივი ცენტრის მომსახურების მიღება შესაძლებელია ონლაინ?*



## 4.7 დემოგრაფიული მახასიათებლები

საზოგადოებრივი ცენტრების მომხმარებელთა დემოგრაფიული მახასიათებლები ასე გამოიყურება:

- მომხმარებელთა 54% ქალია, ხოლო 46% მამაკაცი.
- 18 წლიდან ზემოთ ყველა ასაკობრივი კატეგორიის მაცხოვრებელი სარგებლობს საზოგადოებრივი ცენტრით.
- გამოკითხულთა უმეტესობა დაქორწინებულია (68%) და აქვს სრულ საშუალო განათლება (45%).
- დასაქმების სტატუსის მიხედვით მომხმარებლების 21% უმუშევარია, 27% - პენსიონერი, 21% კი - დაქირავებული მუშაკი.

გრაფიკი 24. დემოგრაფიული განაწილება

