

клиенты будут удовлетворены продуктом – показатели спроса на него возрастут. Для численного измерения удовлетворенности используют различные метрики, в частности, CSAT – Customer Satisfaction Score или индекс удовлетворенности клиентов [2]. CSAT – это показатель, который позволяет понять, насколько клиентам понравилось взаимодействовать с компанией [2], а также показывает, сколько из них остались недовольны.

Корректируя выявленные, благодаря показателю CSAT, недостатки, компании повышают свои шансы на то, что помимо реальных клиентов, продукцией и в целом бизнесом, также заинтересуются и потенциальные клиенты. Что в прямой прогрессии улучшит показатели спроса. Придерживаясь ряду правил, компания сможет положительно повлиять на спрос и, таким образом, усовершенствовать индекс удовлетворенности клиентов. CSAT – важная метрика взаимодействия бизнеса со своими клиентами. Анализируйте данный индикатор, используйте для этого автоматизированные инструменты, которые позволят видеть изменения в режиме реального времени и быстро на них реагировать. Если компания последует правилам и рекомендациям, регулярные оценки CSAT покажут, как растет удовлетворенность клиентов и, тем самым, улучшается показатель спроса.

ЛИТЕРАТУРА

1. Котлер Ф. Основы маркетинга / 5-европейское издание. ИД Вильямс, 2014. – 496 с.
2. Что такое CSAT и как считать индекс удовлетворенности клиентов [Электронный ресурс] <https://okdesk.ru/blog/csat> – Дата доступа: 01.04.2024.

УДК 339.133.2

Студ. Е. А. Денисова
Науч. рук. канд. экон. наук, ст. преп. С.А. Чечеткин
(кафедра экономической теории и маркетинга, БГТУ)

АНАЛИЗ УДОВЛЕТВОРЕННОСТИ СТУДЕНТОВ ИЗУЧАЕМОЙ ДИСЦИПЛИНОЙ

Маркетинговые исследования – это поиск, сбор, обработка и анализ информации, которая обеспечивает потребности маркетинга компании. Маркетинговые исследования – понятие гораздо более широкое, чем анализ рынка или опрос потребителей, и включает в себя исследования потребителей, исследования рынка, исследования конкурентов и т. д.

Ключевая цель – дать бизнесу все необходимое для принятия эффективного управленческого решения, снизить неопределенность при принятии таких решений, а значит, минимизировать риски.

В целях изучения необходимости улучшения учебного процесса был проведен опрос удовлетворенности студентов дисциплиной физической культурой.

В опросе принимали участие 140 человек, из них 60 мужчины в возрасте до 20 лет и 80 женщин в возрасте до 20 лет. На вопрос «Нравятся ли Вам посещать занятия физической культурой?», 30 мужчин и 10 женщин ответили «да, всегда посещаю с удовольствием», 20 мужчин и 50 женщин ответили «да, иногда это приносит мне удовольствие» и 10 мужчин и 20 женщин ответили «нет, не нравятся».

В целом можно сделать вывод, что женщины и мужчины иногда удовлетворены и им приносят удовольствия занятия по физической культуре. На вопрос со шкалой об оценке удовлетворенности от 1 до 5, где 1 «совсем не удовлетворен», а 5 «абсолютно удовлетворен» показатель средней удовлетворенности составил 3,57, что находится на уровне частичной удовлетворенности.

Проведенное исследование позволило сделать вывод о том, что не все студенты в полной мере удовлетворены занятиями физической культуры. В связи с этим для укрепления здоровья студентов можно предложить иные физические упражнения и подвижные игры, чтобы повысить их удовлетворенность.

ЛИТЕРАТУРА

1. Чечеткин, С. А. Маркетинговые исследования удовлетворенности потребителей / С. А. Чечеткин // Вестник факультета бизнеса и права. – 2023. – № 3. – С. 17-24
2. Чечеткин, А.С. Бухгалтерский учет и аудит: учебник / А.С. Чечеткин, С.А. Чечеткин. – Минск: ИВЦ Минфина, 2023. – 615 с.

УДК 331.5 (476)

Студ. Е.О. Калитеня
Науч. рук. ассист. О.Ю. Осташко
(кафедра экономической теории и маркетинга, БГТУ)

ПРОБЛЕМЫ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ РЫНКА ТРУДА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Рынок труда в Республике Беларусь играет важную роль в экономике страны. Он является механизмом, который обеспечивает взаимодействие между спросом на рабочую силу со стороны работодателей и предложением рабочей силы со стороны работников.