

УДК 339.138  
МАРКЕТИНГОВЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ УДОВЛЕТВОРЕННОСТИ  
СТУДЕНЧЕСКОЙ ЖИЗНЬЮ

А. Т. ГУРБАНОВА

Научный руководитель А. В. АЛЕКСАНДРОВ, канд. экон. наук, доц.  
БЕЛОРУССКО-РОССИЙСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ

Для изучения удовлетворенности студенческой жизнью был выбран один из качественных методов сбора информации – фокус-группа.

Фокус-группа – это группа респондентов, состоящая, как правило, из восьми-десяти человек, собранных вместе для обсуждения темы, в которой каждый из них в той или иной степени заинтересован. Она создается для предоставления возможности ее участникам в ходе умело направляемой дискуссии высказываться по теме обсуждения, пытаясь ее раскрыть со своей точки зрения.

Были проведены две фокус-группы, в которых участниками являлись студенты группы МА-121 и два модератора. Время проведения фокус-групп – по 35 минут.

Вопросы фокус-группы можно распределить по трем основным блокам – выбор профессии, выбор университета, удовлетворенность студенческой жизнью.

По итогам фокус-группы можно сделать следующие выводы:

- низкая удовлетворенность студенческой жизнью;
  - низкая удовлетворенность санитарно-гигиеническими условиями университета;
  - средняя удовлетворенность теоретическим уровнем подготовки;
  - низкая удовлетворенность практическим уровнем подготовки;
  - средняя удовлетворенность методикой преподавания;
  - большой объем нагрузки.
- Рекомендации участники фокус-групп дали следующие:
- обеспечить наличие нормального доступа в Интернет в компьютерных классах;
  - поставить в компьютерных классах антивирусное программное обеспечение;
  - улучшить санитарно-гигиенические условия университета;
  - совершенствовать методы преподавания;
  - проводить интерактивные практические занятия, предоставляя возможность студентом проводить ролевые игры (например, «Продавец-клиент»);
  - увеличить количество творческих проектов;
  - укрепить связи с предприятиями, которые смогут взять не просто на практику студентов, но и на стажировку.