

CZU: [378.4:339.137.2+316.654-057.875](478) UDC: [378.4:339.137.2+316.654-057.875](478)

## IMPACTUL SATISFAȚIEI STUDENȚILOR ASUPRA COMPETITIVITĂȚII INSTITUȚIEI DE ÎNVĂȚĂMÂNT SUPERIOR ECONOMIC

*Drd. Ecaterina ȘIȘCAN, ASEM*  
*siscan.ecaterina@ase.md*

*ORCID: 0000-0002-6386-9489*

*Conf. univ. dr. Viorelia MOLDOVAN-BATRÎNAC,*  
*CTWWC, Republica Moldova*

*viorelia.moldovan-batrinac@crs.org*

*ORCID: 0009-0005-6787-4372*

*DOI: <https://doi.org/10.53486/econ.2024.127.007>*

## STUDENTS' SATISFACTION IMPACT ON THE ECONOMIC HIGHER EDUCATION INSTITUTION COMPETITIVENESS

*PhD candidate Ecaterina SISCAN, ASEM*  
*siscan.ecaterina@ase.md*

*ORCID: 0000-0002-6386-9489*

*Assoc. Prof. PhD Viorelia MOLDOVAN-BATRINAC,*  
*CTWWC, Republic of Moldova*

*viorelia.moldovan-batrinac@crs.org*

*ORCHID: 0009-0005-6787-4372*

*DOI: <https://doi.org/10.53486/econ.2024.127.007>*

În condițiile unui mediu caracterizat de volatilitate, incertitudine, complexitate și ambiguitate, studierea și gestionarea satisfacției studenților devin esențiale pentru asigurarea calității și competitivității instituțiilor de învățământ superior. Acest studiu își propune să analizeze nivelul de satisfacție a studenților din învățământul superior economic din Republica Moldova, evaluând factorii care influențează experiența lor educațională, precum și gradul de atașament față de instituție. Rezultatele studiului denotă niveluri ridicate de satisfacție a studenților, în aspecte precum: comunicarea cu personalul didactic, organizarea cursurilor și competența cadrelor didactice, în timp ce condițiile de cazare și infrastructura instituțională sunt percepute mai critic. Implicațiile acestor constatări sunt discutate în contextul îmbunătățirii experienței educaționale, retenției și loializării studenților.

**Cuvinte-cheie:** învățământ superior, satisfacția studenților, loialitate, competitivitate, marketing educațional.

**JEL:** M31, M37, I23.

### Introducere

În ultimele decenii, satisfacția studenților a devenit un subiect de interes pentru cercetătorii

Studying and managing students' satisfaction becomes essential to ensure the quality and competitiveness of higher education institutions in the conditions of an environment characterized by volatility, uncertainty, complexity and ambiguity. This study aims to analyze the level of students' satisfaction in higher economic education in the Republic of Moldova by evaluating the factors that influence their educational experience, as well as the degree of attachment to the institution. The results of the study show high levels of student satisfaction in such aspects as communication with teaching staff, course organization and teaching staff competence, while accommodation conditions and institutional infrastructure are perceived more critically. The implications of these findings are discussed in the context of improving the educational experiences, students' retention and loyalty.

**Keywords:** higher education, students' satisfaction, loyalty, competitiveness, educational marketing.

**JEL:** M31, M37, I23.

### Introduction

In recent decades, student satisfaction has become a topic of interest for educational mana-

din domeniul managementului și marketingului educațional. Atenția sporită față de acest subiect este justificată de implicațiile profunde pe care satisfacția studenților le are asupra competitivității instituției de învățământ superior [1]. Competitivitatea și succesul instituției de învățământ superior devin din ce în ce mai dependente de capacitatea acesteia de a asigura un nivel maxim de satisfacție tuturor părților interesate, cu accent pe studenți, în calitate de clienți primari [2, p.14]. Această paradigmă reflectă schimbările semnificative în percepția și așteptările acestora față de procesul educațional. Satisfacția studenților nu mai este doar un indicator al calității serviciilor educaționale, ci și o condiție pentru menținerea și îmbunătățirea reputației instituționale și a poziției sale pe piață.

Satisfacția studenților poate fi definită ca fiind „o atitudine pe termen scurt, rezultată din evaluarea experiențelor educaționale ale unui student” [3, p.2]. Schimbările generate de intensificarea concurenței în domeniul învățământului superior, evoluțiile tehnologice, accesul tot mai liber la informații, schimbările pe piața muncii, au condus la creșterea exigențelor din partea studenților în ceea ce privește calitatea serviciilor prestate, precum și experiența educațională în ansamblu. În acest context, evaluarea satisfacției studenților trebuie să devină un demers continuu și integrat în cultura academică în vederea racordării la așteptările și exigențele beneficiarilor.

Totodată, satisfacția studenților este un factor cu impact considerabil asupra deciziilor viitoare ale studenților și, implicit, succesului universității pe termen lung. Studenții mulțumiți sunt mai predispuși să se implice activ în proiectele instituționale, să-și atingă potențialul maxim și să devină ambasadori ai instituției de învățământ. De asemenea, satisfacția studenților poate influența atât deciziile personale referitoare la continuarea studiilor în cadrul instituției, cât și recomandările împărtășite altor potențiali studenți. Universitățile care reușesc să ofere o experiență satisfăcătoare sunt mai susceptibile să atragă și să rețină studenți, să îmbunătățească rata de absolvire și să-și consolideze imaginea.

management and marketing researchers. The increased attention to this subject is justified by the profound implications of the students' satisfaction, which they have on the competitiveness of the higher education institution [1]. The competitiveness and success of the higher education institution becomes more and more dependent on its ability to ensure a maximum level of satisfaction to all interested parties, with an emphasis on students, as primary customers [2, p.14]. This paradigm reflects the significant changes in their perception and expectations towards the educational process. Student satisfaction is no longer only an indicator of the quality of educational services, but also a precondition for maintaining and improving institutional reputation and market position.

Students' satisfaction can be defined as “a short-term attitude resulting from the evaluation of a student's educational experiences” [3, p.2]. The changes generated by the intensification of competition in the field of higher education, the technological development and a wider access to information along with the changes in the labour market have led to the students' increased demands in terms of quality of the services provided, as well as of the educational experience as a whole. In this context, the evaluation of the student satisfaction must become a continuous approach, integrated into the academic culture, with the aim of meeting the expectations and demands of the beneficiaries.

At the same time, student satisfaction is a factor with considerable impact on the future student decisions and, implicitly, on the long-term success of the university. Satisfied students are more likely to be actively involved in institutional projects, to reach their full potential and become ambassadors for the educational institution. Also, student satisfaction can influence their decisions regarding the continuation of studies within the institution or recommending it to other potential students. Universities that have succeeded in providing a satisfying experience are more likely to attract and retain students, to improve graduation rates and strengthen their image.

În plus, satisfacția studenților poate avea implicații financiare semnificative. Guvernele încep să utilizeze acest factor drept un criteriu în distribuirea resurselor financiare către instituțiile de învățământ superior. Spre exemplu, guvernul australian a anunțat o nouă schemă de finanțare bazată pe performanță (FBP), care acordă finanțare universităților, inclusiv în funcție de calitatea experienței studenților. Satisfacția este unul dintre indicii care pot fi utilizați pentru a măsura experiența generală a studenților în cadrul acestei scheme [4].

Pentru a asigura o satisfacție maximă, studenții urmează a fi abordați ca și beneficiari ai unei experiențe educaționale complexe, care include atât aspecte academice, cât și non-academice. Îmbunătățirea acestor aspecte poate contribui la o mai bună adaptare la nevoile și preferințele diversificate ale studenților, astfel consolidându-le angajamentul și loialitatea față de instituție.

#### **Metode de cercetare aplicate**

Prezenta cercetare își propune drept obiectiv evaluarea nivelului de satisfacție a studenților din învățământul superior economic, privind diversele aspecte ale activității instituției de învățământ. Pentru colectarea datelor primare a fost utilizat *sondajul*, iar instrumentul de colectare a datelor – *chestionarul*. Chestionarul a fost distribuit și completat online, prin intermediul Google Forms. La sondaj au participat 640 de studenți și masteranzi, care își fac studiile la unul din programele de formare profesională în domeniu științelor economice, din patru universități: Academia de Studii Economice din Moldova (ASEM) – 44,7%; Universitatea de Stat din Moldova (USM) – 38,1%; Universitatea Tehnică a Moldovei (UTM) – 14,4% și Universitatea Cooperatist-Comercială din Moldova (UCCM) – 2,8%.

#### **Rezultate și discuții**

Satisfacția studenților este un construct multidimensional [3, p.2]. Rezultatele studiilor realizate de mai mulți cercetători au identificat mai multe aspecte care contribuie la satisfacția studenților, printre care se numără calitatea educației, conținuturile programelor de studiu, infrastructura, facilitățile oferite de instituție ș.a. [4]. Concluzia care derivă din analiza publicațiilor în

Additionally, student satisfaction can have significant financial implications. Governments are beginning to use student satisfaction as a criterion in allocating financial resources to higher education institutions. For example, the Australian government has announced a new performance-based funding (PBF) scheme to award funding to universities, including the one based on the quality of the student experience. Student satisfaction is one of the indices that can be used to measure the overall student experience within this scheme [4].

In order to ensure maximum satisfaction, students are to be approached as beneficiaries of a complex educational experience that includes both academic and non-academic aspects. Improving these aspects can contribute to a better adaptation to the diverse needs and preferences of students, thus, strengthening their commitment and loyalty to the institution.

#### **Applied research methodology**

The objective of this research is to evaluate the level of satisfaction of students in higher economic education regarding the various aspects of the educational institution's activities. The *survey* was used to collect the primary data, and the data collection tool – the *questionnaire*. The questionnaire was distributed and completed online through Google Forms. The survey was attended by 640 students and master's students who are studying at one of the professional training programs in the field of economic sciences from four universities: Academy of Economic Studies of Moldova (ASEM) – 44.7%, State University of Moldova (USM) – 38.1%, Technical University of Moldova (UTM) – 14.4% and Cooperative-Commercial University of Moldova (UCCM) – 2.8%.

#### **Results and discussions**

Student satisfaction is a multidimensional construct [3, p.2]. The results of the studies carried out by several researchers have identified a number of aspects, that contribute to the student satisfaction, among which can be listed the quality of education, the contents of the study programs, the infrastructure, the facilities offered by the institution, etc. [4]. The conclu-

domeniu este că, satisfacția studenților nu se limitează doar la calitatea predării sau calitatea curriculumului, ci este influențată, considerabil, și de aspectele non-academice. Instituțiile de învățământ superior trebuie să abordeze aceste aspecte în mod holistic pentru a asigura studenților săi o experiență educațională de calitate.

Pornind de la acest raționament, cercetările au fost supuși un set de factori, grupați convențional în trei categorii: dimensiunea academică, dimensiunea instituțională și dimensiunea socială. Respondenții au fost solicitați să aprecieze, pe o scală cu cinci trepte (de la 1 – foarte nemulțumit până la 5 – foarte mulțumit), măsura în care sunt mulțumiți de diversele aspecte ale activității instituției de învățământ în care își fac studiile (tabelul 1).

sion that derives from the analysis of publications in the field is that student satisfaction is not limited to the quality of teaching or the quality of the curriculum, but it is also considerably influenced by non-academic aspects. Higher education institutions must approach these issues holistically to ensure an educational experience of quality for their students.

Starting from this reasoning, the research was subjected to a set of factors, conventionally grouped into three categories: the academic dimension, the institutional dimension and the social dimension. The respondents were asked to rate on a five-point scale (from 1 – very dissatisfied to 5 – very satisfied) the extent to which they are satisfied with the various aspects of activity of the educational institution where they study (table 1).

**Tabelul 1/ Table 1**

**Statistici descriptive ale satisfacției studenților privind aspectele supuse cercetării/ Descriptive statistics of student satisfaction regarding the aspects under research**

Aspecte supuse cercetării/ Aspects subject to research		Media/ Mediate	Modulul/ Module	% evaluat cu 4 și mai sus/ % rated 4 and above
1		2	3	4
Dimensiunea academică/ The academic dimension	Conținutul programului de studiu/ The content of the study program	3.81	4.0	71.25%
	Competența cadrelor didactice/ The competence of teaching staff	3.89	4.0	74.38%
	Calitatea materialelor didactice oferite/ The quality of the teaching materials offered	3.76	4.0	65.63%
	Modul de organizare a cursurilor, seminarelor/ The way courses/seminars are organised	3.92	4.0	73.75%
	Modul de desfășurare a stagiilor de practică/ The way of carrying out the internships	3.64	4.0	63.24%
Dimensiunea instituțională/ The institutional dimension	Serviciile oferite de bibliotecă/ Services offered by the library	3.84	4.0	73.40%
	Programele și serviciile de planificare a carierei/ Career planning programs and services	3.76	4.0	66.67%
	Dotarea tehnică a instituției de învățământ/ Technical equipment of the educational institution	3.69	4.0	65.37%
	Condițiile din sălile de curs și seminar/ The conditions in the lecture and seminar rooms	3.56	4.0	59.68%
	Condițiile de cazare din căminele studentești/ Accommodation conditions in student dormitories	3.36	3.0	47.39%

Continuarea tabelului 1/Continuation of table 1

1	2	3	4	5
Dimensiunea socială/ The social dimension	Calitatea comunicării cu personalul didactic din instituția de învățământ/ The quality of communication with the teaching staff within the educational institution	3.92	4.0	75.63%
	Calitatea comunicării cu personalul administrativ și auxiliar din instituția de învățământ/ The quality of communication with the administrative and auxiliary staff within the educational institution	3.83	4.0	71.79%
	Programele de mobilitate academică/ Academic mobility programs	3.83	4.0	71.43%
	Diversitatea evenimentelor extracurriculare, organizate în cadrul instituției/ The diversity of extracurricular events organized within the institution	3.70	4.0	66.43%

*Sursa: elaborat de autori în baza rezultatelor sondajului/Source: developed by the authors based on survey results*

O analiză comparativă a celor trei categorii de variabile supuse evaluării denotă că cel mai înalt nivel de satisfacție în rândul studenților a fost generat de setul de caracteristici specifice dimensiunii sociale (scor global = 3,82 p). Această dimensiune se concentrează pe nevoia umană de a fi parte a unei comunități și de a se simți conectat cu cei din jur. Înțelegerea modului în care relațiile sociale ale studenților cu colegii lor, cu profesorii, personalul academic și administrativ influențează nivelul lor de satisfacție poate ajuta la dezvoltarea unor strategii de marketing în vederea îmbunătățirii experienței lor academice. Perfecționarea variabilelor specifice acestei categorii poate contribui la creșterea angajamentului și a satisfacției studenților, precum și la reducerea abandonului academic.

Pe următoarea poziție, cu o diferență nesemnificativă, se clasează variabilele cuprinse în categoria „dimensiuni academice” (scor global = 3,80 p). Aceste variabile reprezintă aspecte cheie ale experienței universitare a studenților și pot avea un impact semnificativ asupra nivelului lor de satisfacție. Se poate observa că, în legătură cu majoritatea caracteristicilor supuse evaluării, respondenții s-au

A comparative analysis of the three categories of variables subject to evaluation shows that the highest level of satisfaction among students was generated by the set of characteristics specific to the social dimension (global score = 3.82 p). This dimension focuses on the human need to be part of a community and to feel connected to those around us. Understanding how students' social relationships with their peers, teachers, academic and administrative staff influence their level of satisfaction can help develop marketing strategies to improve their academic experience. Improving the variables specific to this category can help increase students' engagement and satisfaction, as well as reduce academic dropout.

The variables included in the “Academic dimensions” category (global score = 3.80 p) are on the next position, with an insignificant difference. These variables represent the key aspects of students' university experience and can have a significant impact on their level of satisfaction. It can be seen that in relation to most of the characteristics subject to evaluation, the respondents were satisfied, over 2/3 of them appreciating the degree of satisfaction at level

arătat satisfăcuți, peste 2/3 din ei apreciind gradul de satisfacție la nivel de 4 și mai sus. Cel mai redus nivel de satisfacție în această categorie a fost obținut de „modul de desfășurare a stagiilor de practică”, obținând un scor de 3,64 p.

Un impact considerabil asupra satisfacției generale a studenților este exercitat de variabilele dimensiunii instituționale, care oferă o perspectivă mai largă asupra contextului educațional. O instituție care oferă facilități de învățare moderne și bine echipate, suport și resurse academice accesibile, poate contribui semnificativ la satisfacția studenților. Potrivit rezultatelor sondajului, acest grup de caracteristici a fost cel mai modest evaluat de către participanți, acumulând un scor global de 3,64 p. Cel mai redus nivel de satisfacție, atât în această categorie, cât și în setul total supus evaluării, au înregistrat „condițiile din sălile de curs și seminar” (3,56 p.) și „condițiile de cazare din căminurile studențești” (3,36 p.).

Astfel, rezultatele sondajului relevă că beneficiarii serviciilor de învățământ superior economic s-au arătat, în general, satisfăcuți de experiența lor educațională. Totodată, îmbunătățirea infrastructurii și a dotărilor tehnice sunt sugerate ca priorități pentru creșterea satisfacției studenților.

Satisfacția este, adesea, considerată un indicator al nivelului de angajament al studenților față de instituție și poate influența deciziile lor ulterioare, cum ar fi recomandarea instituției studenților potențiali sau implicarea în activități și proiecte instituționale. Astfel, o abordare concentrată pe creșterea satisfacției studenților poate contribui la consolidarea loialității acestora [5, p. 83]. Numeroasele cercetări efectuate în domeniul marketingului educațional demonstrează existența unei legături directe între gradul de satisfacție a studenților și fidelitatea acestora față de instituția de învățământ. Este important de menționat totuși că, deși există o relație de cauzalitate între aceste două concepte, aceasta nu este una liniară. Un nivel înalt de satisfacție nu garantează neapărat o loialitate crescută. Studenții pot fi mulțumiți de experiența lor într-o instituție de învățământ superior, dar să nu se

4 and above. The lowest level of satisfaction in this category was obtained by “how the internships were carried out”, obtaining a score of 3.64 p.

A considerable impact on overall student satisfaction is exerted by institutional dimension variables that provide a broader perspective on the educational context. An institution that offers modern and well-equipped learning facilities, support and accessible academic resources can contribute significantly to student satisfaction. According to the results of the survey, this group of characteristics was the most modestly evaluated by the survey participants, accumulating a global score of 3.64 p. The lowest level of satisfaction, both in this category and in the total set subject to evaluation, was recorded by “conditions in lecture and seminar rooms” (3.56 p.) and “accommodation conditions in student dormitories” (3.36 p.).

Thus, the results of the survey reveal that the beneficiaries of economic higher education services were, in general, satisfied with their educational experience. At the same time, improving infrastructure and technical equipment are suggested as priorities for increasing student satisfaction.

Satisfaction is often considered an indicator of students' level of commitment to the institution and may influence their subsequent decisions, such as recommending the institution to prospective students or involvement in institutional activities and projects. Thus, an approach focused on increasing student satisfaction can contribute to strengthening their loyalty [5, p. 83]. Numerous researches carried out in the field of educational marketing demonstrate the existence of a direct link between the degree of satisfaction of students and their loyalty to the educational institution. It is important to note, however, that although there is a causal relationship between these two concepts, it is not a linear one. A high level of satisfaction does not necessarily guarantee increased loyalty. Students may be satisfied with their experience in a higher education institution, but not necessarily feel attached or involved in institutional life. On

simtă neapărat atașați sau implicați în viața instituțională. Pe de altă parte, chiar dacă sunt doar parțial mulțumiți de experiența educațională, studenții pot manifesta loialitate față de instituție, datorită sentimentului de apartenență la comunitatea academică sau datorită beneficiilor și oportunităților unice oferite de aceasta.

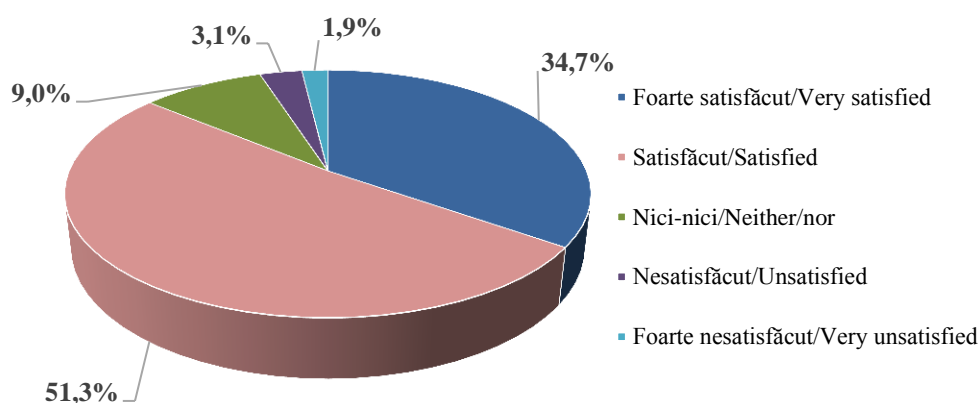
În această ordine de idei, respondenții au fost rugați să evalueze măsura în care sunt satisfăcuți de alegerea făcută privind instituția de învățământ la care studiază, precum și să-și exprime predispoziția de a alege aceeași universitate pentru continuarea studiilor după finalizarea programului actual.

Răspunsurile oferite de participanții la sondaj reflectă un nivel relativ înalt de satisfacție privind opțiunea inițială (figura 1).

the other hand, even if they are only partially satisfied with their educational experience, students may show loyalty to the institution because of the sense of belonging to the academic community or because of the unique benefits and opportunities offered by the institution.

On this train of thoughts, the respondents were asked to evaluate the extent to which they are satisfied with their choice regarding the educational institution where they are studying, as well as to express their predisposition to choose the same university for the continuation of their studies after completing the current program.

The responses given by the survey participants reflect a relatively high level of satisfaction with the initial option (figure 1).



**Figura 1. Satisfacția față de instituția de învățământ aleasă (%) /  
Figure 1. Satisfaction with the chosen educational institution (%)**

*Sursa: elaborată de autori în baza rezultatelor sondajului/*

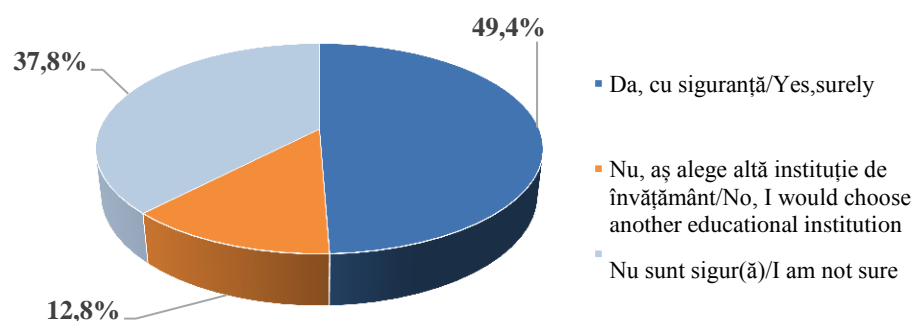
*Source: developed by the authors based on survey results*

Astfel, 51,3% din respondenți au afirmat că sunt satisfăcuți, iar 34,7% foarte satisfăcuți de alegerea făcută. Cumulate, cele două aprecieri duc la un rezultat de 85,0% a studenților care s-au declarat mulțumiți de alegerea instituției de învățământ. E de menționat că, aprecierile date de respondenți nu înregistrează diferențe semnificative în funcție de apartenența instituțională.

Cu toate acestea, cum se poate observa din figura 2, situația este diferită în ceea ce privește intenția studenților de a reveni la universitate pentru continuarea studiilor.

Thus, 51.3% of respondents stated that they were satisfied, and 34.7% very satisfied with the choice made. Cumulatively, the two assessments lead to a proportion of 85.0% of students who declared themselves satisfied with the choice of the educational institution. It should be noted that the assessments given by the respondents do not show significant differences depending on the institutional affiliation.

However, as it can be seen from figure 2, the situation is different in terms of students' intention to return to university to continue their studies.



**Figura 2. Predispoziția de a se reînscris la universitatea în care își fac studiile (%) /**

**Figure 2. Propensity to re-enroll at the university where they study (%)**

*Sursa: elaborată de autori în baza rezultatelor sondajului/*

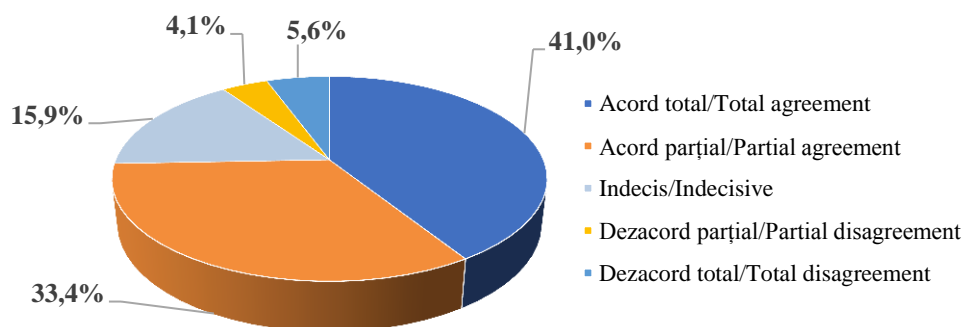
*Source: developed by the authors based on survey results*

Rezultatele obținute ne permit să constatăm că, deși majoritatea studenților și-au exprimat satisfacția față de experiența academică, doar 49,4% dintre aceștia și-au manifestat intenția de a-și continua studiile în cadrul aceleiași universități, în timp ce 12,8% erau indeciși și 37,8% erau hotărâți să renunțe la instituția de învățământ actuală, relevând astfel un grad variat de loialitate instituțională.

Recomandările oferite de studenții actuali și absolvenții instituției de învățământ superior, alături de rata de reînscrisere, este un alt indicator de măsurare a loialității. În acest context, participanților la sondaj li s-a solicitat să-și exprime acordul sau dezacordul în legătură cu afirmația: „Voi recomanda instituția de învățământ și altor persoane” (figura 3).

The obtained results allow us to state that, although the majority of the students expressed their satisfaction with the academic experience, only 49.4% of them expressed their intention to continue their studies within the same university, while 12.8% were undecided and 37.8% were determined to interrupt their connections with the current educational institution, thus revealing a varied degree of institutional loyalty.

Referrals from current students and alumni of the higher education institution, along with the re-enrollment rate, is another measure of loyalty. In this context, the survey participants were asked to express their agreement or disagreement with the statement “I will recommend the educational institution to other people” (figure 3).



**Figura 3. Distribuția răspunsurilor privind recomandarea instituției (%) /**

**Figure 3. Distribution of responses regarding the recommendation of the institution (%)**

*Sursa: elaborată de autori în baza rezultatelor sondajului/*

*Source: developed by the authors based on survey results*



Astfel, 41,0% din studenți au exprimat acord total și 33,4% acord parțial, cele două categorii cu evaluări pozitive însumând 74,4% din totalul răspunsurilor. Observăm că rata non-recomandărilor înregistrează valori mai modeste. Doar 5,6% din respondenți s-au arătat absolut hotărâți și 4,1% parțial hotărâți să nu recomande instituția.

Aceste rezultate vin în susținerea ideii, precum că satisfacția nu induce neapărat atașamentul și loialitatea studenților față de alma mater. În aceste condiții se impune necesitatea unor studii mai aprofundate pentru identificarea factorilor și motivelor care au generat aceste discrepanțe. Acționând asupra îmbunătățirii acestor factori, universitățile ar putea obține surse importante de avantaj competitiv.

Monitorizarea gradului de satisfacție a studenților furnizează managementului universitar informații utile pentru fundamentarea deciziilor de marketing, orientate spre creșterea performanței și reputației instituției pe piața de referință.

### Concluzii

În contextul provocărilor cu care se confruntă astăzi învățământul superior, inclusiv cel economic, este evident că satisfacția studenților este un aspect esențial pentru succesul și competitivitatea instituțiilor de învățământ.

În baza studiului realizat, în limitele prezentei cercetări, constatăm că satisfacția studenților nu se limitează doar la experiența academică, fiind influențată și de alte aspecte, precum: condițiile de trai, accesul la facilități și servicii suplimentare, interacțiunile sociale ș.a.

Astfel, rezultatele sondajului arată că majoritatea studenților sunt, în general, satisfăcuți de experiența educațională, fapt reflectat în aprecierea pozitivă a diverselor aspecte supuse cercetării. Cu toate acestea, există o discrepanță între nivelul de satisfacție și intenția de a rămâne fideli instituției de învățământ superior. Un număr suficient de mare de studenți nu își exprimă intenția de a reveni sau de a recomanda universitatea altor persoane.

În acest context, importanța evaluării sistematice a nivelului de satisfacție a studenților

Thus, 41.0% of the students expressed total agreement and 33.4% partial agreement, the two categories with positive evaluations constituting 74.4% of the total responses. It is worth noting that the rate of non-recommendations registers more modest values. Only 5.6% of respondents were absolutely determined not to recommend the institution and 4.1% partially determined.

These results support the idea that satisfaction does not necessarily induce student attachment and loyalty to their alma mater. In these conditions, the need for more in-depth studies is required to identify the factors and reasons that generated these discrepancies. By acting on the improvement of these factors, universities would obtain important sources of competitive advantage.

Monitoring the degree of student satisfaction provides university management with useful information for substantiating marketing decisions, aimed at increasing the institution's performance and reputation on the reference market.

### Conclusions

Due to the challenges higher education is facing today, including the economic ones, it is obvious that student satisfaction is an essential aspect for the success and competitiveness of educational institutions.

Based on the study carried out within the limits of this research, we find that student satisfaction is not limited to the academic experience, but it is also influenced by aspects such as living conditions, access to additional facilities and services, social interactions, etc.

Thus, the results of the survey show that the majority of students are, in general, satisfied with the educational experience, a fact which is reflected in the positive assessment of the various aspects subject to this research. However, there is a discrepancy between the level of satisfaction and the intention to remain loyal to the higher education institution. A rather large number of students do not express their intention to return to the university or recommend it to others.

In this context, the importance of systematic assessment of the level of student satis-

trebuie să devină un obiectiv prioritar. Monitorizarea nivelului de satisfacție a studenților și cunoașterea factorilor care au generat satisfacție/insatisfacție, furnizează managementului universitar informațiile necesare pentru identificarea surselor de avantaj competitiv și pentru dezvoltarea unor strategii de marketing orientate spre atragerea, retenția și fidelizarea studenților.

faction must become a priority objective. Monitoring the level of student satisfaction and knowing the factors that generated satisfaction/dissatisfaction provide the university management with the necessary information to identify sources of competitive advantages and develop marketing strategies aimed at attracting, keeping and retaining loyal students.

#### Bibliografie/Bibliography:

1. YUSOFF, M., MCLAY, F., WOODRUFFE-BURTON, H. Dimensions driving business student satisfaction in higher education [online]. *Quality Assurance in Education*. 2015, vol. 23, no. 1, pp. 86-104 [accesat 20.11.2023]. Disponibil: <https://doi.org/10.1108/QAE-08-2013-0035>
2. SYAHMER, V., NURCAHYO, R., GABRIEL, D. S., KRISTININGRUM, E. Student satisfaction measurement in higher education [online]. *Communications in Humanities and Social Sciences*. 2022, no. 2(1), pp. 14–21 [accesat 23.05.2023]. Disponibil: <https://doi.org/10.21924/chss.2.1.2022.28>
3. KANWAR, A., SANJEEVA, M. Student satisfaction survey: a key for quality improvement in the higher education institution [online]. *Journal of Innovation and Entrepreneurship*. 2022, vol. 11 [accesat 12.11.2023]. Disponibil: <https://doi.org/10.1186/s13731-022-00196-6>
4. WONG, W. H., CHAPMAN, E. Student satisfaction and interaction in higher education [online]. *High Educ.* 2023, vol. 85, pp. 957–978 [accesat 12.11.2023]. Disponibil: <https://doi.org/10.1007/s10734-022-00874-0>
5. APPUHAMILAGE, K. S. M., TORII, H. The impact of loyalty on the student satisfaction in higher education: A structural equation modeling analysis [online]. *Higher Education Evaluation and Development*. 2019, vol. 13, no. 2, pp. 82-96 [accesat 20.11.2023]. Disponibil: <http://dr.lib.sjp.ac.lk/bitstream/handle/123456789/11644/The%20impact%20of%20loyalty%20on%20the.pdf?sequence=1>