

GRADUL DE SATISFAȚIE AL CONSUMATORILOR DE SERVICII EDUCAȚIONALE. IMPACT ȘI CONSECINȚE ÎN RESPONSABILITATEA UNEI FACULTĂȚI ECONOMICE

Gheorghe Săvoiu^{1*}, Consuela Necșulescu², Marian Țaicu³,
Luminița Șerbănescu⁴ și Emil Crișan⁵

^{1)2) 3) 4)} *Universitatea din Pitești, Facultatea de Științe Economice, România*

⁵⁾ *Universitatea BABEȘ-BOLYAI din Cluj-Napoca, România*

Rezumat

Obiectivele acestui articol sunt delimitarea conceptuală a serviciilor educaționale și componentelor lor principale și secundare, precum și cuantificarea gradului de satisfacție a consumatorilor specifici din organizațiile academice cu profil economic, în vederea restructurării responsabilităților acestora. Metoda de investigare statistică este aceea a unei anchete exhaustive la nivelul absolvenților unei specializări cursive de licență și masterat în cadrul unui domeniu economic (contabilitate), pornind de la un chestionar de evaluare a opiniilor a 138 de absolvenți din Facultatea de Științe Economice din Pitești, acoperind integral spectrul a 93 de variabile distincte. Bazele de date au fost analizate statistic descriptiv cu pachetul de programe Eviews, cu accent pe normalitatea distribuțiilor. Ipotezele majore se referă la identificarea variabilelor intens asociate cu satisfacția consumatorului de servicii educaționale, a primelor trei și șase categorii de servicii principale, definite prin 36 de variabile notate de către respondenți și a altor trei și șase din alte 15 variabile care definesc serviciile educaționale secundare (conform raportului de corelație). Organizațiile educaționale cu profil academic sunt preocupate firesc de cerințele exprimate în conceptul complex al gradului de satisfacție al celor formați prin programele și specializările unei facultăți (în acest caz economice), scopul fiind acela ca serviciile educaționale oferite în mod durabil să acopere aproape integral și așteptările lor în calitate de consumatori (studenți și cursanți la masterat), dar și cerințele educaționale de formare a unor competențe necesare absolvenților pentru a reuși în piața muncii. Comportamentele diferențiate ale consumatorilor de servicii educaționale se regăsesc în finalul lucrării în cadrul unor modele econometrice care permit o strategie conturată coerent și conferă o responsabilitate mult mai mare a organizației prestatoare, respectiv pot îmbunătăți reputația unei facultăți economice, reflectată în vectorii și ratingul detaliat și specific unei astfel de anchete statistice. Impactul serviciilor educaționale și responsabilitatea organizațiilor academice ca aceste servicii prin informare corectă și completă să ofere performanțe satisfăcătoare pentru absolvenți în piața muncii, constituie esența ultimei secțiuni a acestei lucrări, concluziile întregind demersul complet și detaliind unele proiecte viitoare necesare.

Cuvinte-cheie: servicii, servicii educaționale, consumatori, grad de satisfacție, program educațional, specializare economică, responsabilitate, model econometric.

* Autor de contact, **Gheorghe Săvoiu** - gsavoiu@yahoo.com

Clasificare JEL: A23, A29, H52, I21, I23, I24, I25, L86, P46

Introducere

Considerate frecvent mult mai importante decât produsele, prin ponderea ocupată în economiile moderne, dar și generatoare ale sectoarelor terțiar, cuaternar și chiar quînăr (quînărius), serviciile sunt definite dual, fie pornind de la apartenența lor la o categorie de rezultate economice complet diferite de bunuri, în logica axată exclusiv pe cuantificare și pe unități fizice standardizate de măsură ale economiei clasice (Greenfield, 2002; Cojanu, 2007; Vargo și Lusch, 2008) și deținând caracteristici unice (Edvardsson *et al*, 2005; Moeller 2010), fie judecând prin prisma conviețuirii extinse și permanente cu aceleași bunuri, în mai toate rezultatele economice devenite produse-servicii (Pilat și Wölfl, 2005; Săvoiu, 2012).

În prima categorie de conceptualizări pornind de la prima lucrare reper referitoare la semnificația și taxonomia serviciilor intitulată *On Goods and Services* (Hill, 1977), se înscriu noile direcții de definire axate pe caracteristici ale serviciilor ce le diferențiază net de bunuri: a) capacitatea de a soluționa *individualizat* probleme și nevoi ale consumatorilor (Grönroos și Ojasalo, 2004; Grönroos, 2008); b) configurarea *optimă* a resurselor, de la cele naturale clasice sau legate de oameni, până la informații și tehnologii (Spohrer, Maglio, Bailey și Gruhl, 2007; Spohrer și Maglio, 2008); c) accelerarea inovării și adecvarea promptă la schimbările tehnologice (Rubalcaba și Kox, 2007; Rubalcaba, Gallego, și Hertog, 2010); d) utilitatea în starea pură, intangibilă, perisabilă, inseparabilă, dar cu certitudine aptă să satisfacă o dorință sau nevoie personală (individuală) sau socială (Săvoiu, Tăchiciu, Dinu, 2012). În cadrul celei de-a doua categorii se disting tendințele de a agrega serviciile și bunurile ca output complex și dominant în economia contemporană: a) conexarea și chiar evoluția lor comună în relațiile comerciale contemporane (Deardorff, 2001; Kimura și Lee 2006; Ceglowski, 2006; Karmali și Sudarsan, 2008; Lennon, 2008; Nordås, 2010; Broussolle, 2012); b) permanentizarea complexității outputurilor în piața modernă a serviciilor, ceea ce conduce treptat la dispariția produsului neînsoțit de servicii conexe (Wölfl, 2005); c) metamorfozarea serviciului în intangibilul și imaterialul echivalent al unui bun ce sintetizează tot mai clar economia modernă integratoare a serviciilor și a produselor - servicii (Cudanov, Săvoiu și Jaško, 2012; Săvoiu, Tăchiciu și Dinu, 2013); d) dilatarea internațională a schimbului de și prin servicii (Kayastha, 2011) etc.

Tipologia serviciilor se restructurează și amplifică în mod continuu, în spații tot mai diverse, generând succesiv sectoare diverse. Sectorul cuaternar al economiilor dezvoltate este centrat intensiv și esențial pe cunoaștere și include servicii de generare, schimb și tehnologie a informației, servicii de consultare, educație, cercetare și dezvoltare, planificare financiară etc. Concomitent cu expansiunea sectorului terțiar clasic apar noi concepte agregative cum este cel de *knowledge intensive business services*, care integrează serviciile descrise anterior cu afacerile sau ca urmare a derulării lor într-un univers comun devenit treptat economia globală. Sectorul quînăr (quînărius) include în economia SUA activitatea decidenților de nivel înalt într-o economie, executivi de top sau funcționari din domenii guvernamentale, științifice, academice sau universitare, non-profit, sănătate, cultură, mass-media sau agregă activitățile de tip casnic (sectorul casnic al economiei australiene de tip *stay-at-home parents* sau *homemakers* fiind unul care recunoaște contribuția majoră a acestora). Distincția dintre serviciile private și publice sau colective

odată re-examinată în lumina noilor sectoare și aplicată practic în domenii cum sunt educația sau asigurarea sănătății devine adeseori irelevantă, fenomenul serviciilor educaționale plătite în organizații academice publice fiind doar un exemplu relativ minor al acestei afirmații, cu implicații tot mai importante în responsabilitatea universităților și facultăților în raport cu noul tip de consumator al educației. Acest fenomen este mai întâi delimitat conceptual sau paradigmatic în secțiunea 2, apoi sunt expuse ipotezele unei necesare investigații statistice în secțiunea 3, cercetare ale cărei metodologii, chestionar și baze de date sunt descrise în secțiunea 4 și ale cărei rezultate însoțite de discuții clarificatoare despre acestea fac obiectul secțiunii 5. Tot acest demers anterior permite ca în secțiunea 6 să fie realizată o analiză finală riguroasă și succintă a impactului satisfacției consumatorilor de servicii educaționale modelate econometric conform structurii serviciilor educaționale atât principale cât și secundare în paralel cu formularea pertinentă a unor principii privind restructurarea și realocarea responsabilităților principale în Universitatea din Pitești, în cadrul facultății de științe economice. Câteva remarci finale contribuie la sintetizarea importanței restructurării responsabilității organizației educaționale și de la feedback-ul nivelului de satisfacție al consumatorilor, detaliind și câteva din proiectele viitoare ale autorilor în acest domeniu.

1. Servicii de educație academică și responsabilitatea contemporană a unei facultăți economice

Așa cum serviciile în general dețin structural cea mai mare capacitate în a releva gradul de dezvoltare a unei economii, tot astfel serviciile educaționale descriu cel mai bine calitatea capitalului uman și anticipează, însoțite de cele de asigurare a sănătății, poate cel mai corect evoluția economică, socială și culturală. Un proces similar existenței variabilei spațiu-timp din fizica relativității generalizate, apare și în domeniul serviciilor educaționale, economia contemporană generând un veritabil “continuum” care acoperă spațial și temporal spațiul academic, care intangibilizează tot mai profund tangibilul educațional (Pilat și Wöflf, 2005) și favorizând armonizarea educației, implicit emergența economiilor.

Dreptul la educație este stipulat în toate constituțiile lumii, ceea ce diferă este doar nivelul școlii de cel mai înalt grad absolvite, la care este garantat. Încă din 1952, în Uniunea Europeană articolul 2 din primul protocol al Convenției europene a drepturilor omului certifică acest drept, iar la nivel global mult mai târziu, respectiv din 1966, Convenția privind drepturile economice, sociale și culturale (United Nations' International Covenant on Economic, Social and Cultural Rights) în articolul 13, garantează și ea dar tot în termeni generali, lăsând țărilor membre posibilitatea de a concretiza nivelul și calitatea. Serviciile educaționale sunt afectate tot mai mult de o relație de tip comercial în piața serviciilor academice și impun o restructurare continuă a responsabilității organizației academice (universitate, facultate etc.) față de consumatorul obișnuit, care achită aceste servicii (student, masterand, doctorand). Serviciile educaționale prezintă o tipologie destul de variată în raport cu: a) spațiul de desfășurare și recunoașterea oficială într-un curriculum sau program (formale, informale sau non-formale); b) nivelul școlii sau grupa de vârstă specifică beneficiarilor (primară, gimnazială, liceală, licență și masterat, doctorală și postdoctorală etc.); c) continuitate (pentru cei aflați până la limita recunoscută a vârstei școlare și pe tot parcursul vieții etc.); d) importanța categoriei de servicii educaționale (principale și secundare etc).

Serviciile educaționale formale, informale și non-formale se diferențiază în raport cu educația oferită într-un mediu sau spațiu recunoscut sau nu și conform unui curriculum sau program care se bucură de recunoaștere legală sau nu. Educația formală beneficiază de legalitatea spațiului sau mediului, dar și a curriculum-ului, educația non - formală se realizează într-un mediu de învățare aparent formal, dar care nu beneficiază de un curriculum recunoscut oficial (Livingstone, 2001) și educația informală are loc într-o varietate de medii informale (de la domiciliu la locul de muncă), fiind în fapt un proces continuu desfășurat în spații informale de o mare diversitate și implicând în mai mare măsură experiența, creativitatea, imaginația și adaptarea, în paralel cu spontaneitatea și viziunea holistică.

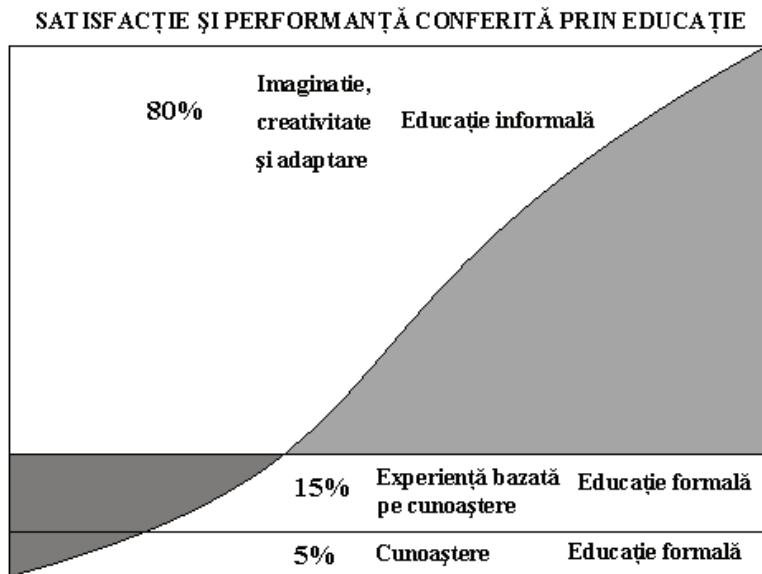


Figura nr. 1: Optimum paretian între educația formală și informală în context contemporan
Sursa: Realizat de către autori pornind de la tipologia învățării lui Moore, S.-A., Time-to-Learning, Digital Equipment Corporation, 1998, respectând și cerința de optim paretian 20/80.

Unii autori consideră că nu există diferențe majore între educația formală și cea informală (Moore, 1998; Eaton, 2011), iar alții le consideră concepte greu de diferențiat (Colley *et al.*, 2002) sau chiar interschimbabile (Hodkinson *et al.*, 2003). Educația formală sau oficială este limitată în timp, acoperind o perioadă relativ mică din viață în contextul actual al speranței de viață care depășește semnificativ șapte decenii, iar în țările dezvoltate chiar opt, beneficiind de resurse financiare limitate, în timp ce educația informală apare într-o realitate spațială și temporală diversă, atât în programe de tineret, cât și la centre comunitare și chiar în mass-media. Dificultatea unei investigații statistice concentrate pe cele două categorii de servicii educaționale formale și informale este evidentă prin durata cercetării și prin conținutul de o mare diversitate. Acest lucru impune focalizarea cercetărilor pe structurarea serviciilor în raport cu formarea unor competențe academice cerute de piața muncii, respectiv principale și secundare, ultima categorie contribuind mai

puțin în zona formării, dar fiind strict legată prin variabilele definiției de satisfacția oferită consumatorilor unor astfel de servicii.

În categoria serviciilor educaționale principale au fost incluse și ulterior detaliate în chestionarul investigației acele activități sau prestații care se materializează în: criteriile de admitere pentru cursanți, modul general de transmitere a informațiilor de către profesori studenților și masteranzilor, modul direct de predare și comunicare, modul educativ interactiv și sintetic, modul de predare multi,trans și interdisciplinar, informarea inițială asupra conținutului unor discipline și baremului de evaluare precum și respectarea finală, asigurarea echilibrului învățare - cercetare în laborator și valorificare de programe informatice, reputația și competența profesorilor la cursuri și seminarii, echilibrul teorie-practică, predare clasică și modernă, volum de informații în cursuri și seminarii, și pe tipuri de discipline (obligatorii, opționale etc.) caracterul integrativ și inovativ al disciplinelor, calitatea suportului de curs și a aplicațiilor la seminar, sălilor de curs, de seminarii și laboratoare, materialelor și echipamentelor de predare, echilibrul între examene scrise și orale, dar și între colocvii, probe de verificare și examene, diversitatea exemplelor practice/aplicative, soluționare contestații examene, coordonare lucrare de licență/disertație, consultații periodice acordate, criteriile de selectare cercetare, participare studenți/masteranzi la activități didactice, informare în bibliotecă și împrumut carte, întocmirea orarului, etica profesori (drepturi și responsabilități), concurența între studenți sau masteranzi (drepturi și responsabilități), etica studenților sau masteranzilor (drepturi și responsabilități), criteriile selectare viitori asistenți, formarea modului de a fi și a cunoaște specific mediului academic pentru tot restul vieții, formarea spiritului de comunitate și capacitate partenerială, formarea capacității de a gestiona și a abilității în a planifica etc.

În categoria serviciilor educaționale secundare se regăsesc detaliate tot în chestionarul investigației prestații concretizate în: principialitatea acordării burselor, stimulente sau ajutoare și sancțiuni pentru studenți sau masteranzi, activități de practică și de tutoriat în practică, întâlniri periodice cu profesori din conducerea facultății, activități de profesor îndrumător de an și/sau grupă, activități de tip cultural, sportiv sau social, activități de cazare și campus universitar, activități de secretariat, activități de asigurare hrană prin restaurant sau cantină, consiliere interviuri și angajare pe piața muncii, oportunități de angajare intermediare de facultate, promptitudinea răspunsului la diverse solicitări ale studentului sau masterandului, servicii financiare (casierie), servicii de asigurare a securității personale (pază), curățenia generală etc.

Aceste variabile permit prin cuantificarea și corelarea lor cu gradul sau nivelul general de satisfacție al absolventului care reprezintă un factor pozitiv în performanța educațională (Suhre, Jansen și Harskamp, 2007), dar și prin intermediul altor întrebări suplimentare adresate unui consumator de serviciu academic universitar, în cadrul unei facultăți economice, într-un anumit departament și program de studiu, urmărind și finalizând astfel modelarea econometrică a satisfacției consumatorului de servicii academice în domeniul economic, pentru a putea astfel restructura responsabilitatea organizațiilor academice menționate. Satisfacția consumatorilor de servicii educaționale de tip academic (studenți, masteranzi) constituie un important criteriu în procesul de evaluare și ierarhizare al organizațiilor academice (universități, facultăți etc.), detaliat până la nivelul unui program de studiu (De Souza și Reinert, 2010). Prima evaluare a unei organizații educaționale a avut loc la Universitatea Harvard la începutul deceniului al doilea al secolului trecut Remmers (1926), fapt recunoscut într-o lucrare recentă (Solinas *et al.*, 2011), unde autorii aplică un chestionar structurat în trei componente distincte: o secțiune referitoare la caracteristicile demografice ale studentului (consumatorului), o a doua cu

referire la motivația acestuia în alegerea cursului respectiv iar cea de-a treia urmărind măsurarea *satisfacției studentului față de serviciile oferite*. Satisfacția sau insatisfacția consumatorului de servicii academice ca variabilă endogenă este analizată în vederea modelării unor strategii în funcție de mediul de învățare oferit de organizația educațională în general, dar și față de un anumit tip de serviciu educațional principal, cum ar fi de exemplu serviciile electronice (Al Khattab și Fraij, 2011) într-o universitate iordaniană (e-services). O gamă aparte de cercetări sunt destinate analizelor comparative a satisfacției consumatorului de servicii academice, pornind fie de la forma de învățământ (Moro-Egido și Panadés, 2008), fie de la caracterul public sau privat al organizației academice (Mazmuder, 2013). O cercetare statistică importantă în demersul lucrării de față îl constituie și analiza satisfacției consumatorului de servicii academice în mod ierarhic și succesiv, coborând de la nivelul de universitate la cel de facultate (Enache, 2011), ale cărei concluzii identifică puternice conexiuni și chiar origini în piața reală.

2. Ipotezele unei cercetări statistice privind consumatorii de servicii educaționale academice realizate la o facultate economică

În restructurarea responsabilităților pentru studiile de licență și masterale ale facultății și ale departamentului ca organizații educaționale complexe (ierarhizate) și formularea unei strategii și a unor priorități, anterior cercetării statistice s-a asigurat un set de ipoteze de lucru. Principalele ipoteze ale cercetării statistice realizate la Universitatea din Pitești, la Facultatea de Științe Economice, în departamentul de contabilitate pentru programul de licență în specializarea *Contabilitate și Informatică de Gestiune* (CIG), precum și pentru două programe de masterat destinate absolvenților acestei specializări s-au formulat cu referire la:

I. inexistența unor asocieri pozitive sau negative semnificative între nivelul de satisfacție al consumatorilor de servicii academice legat de specializările economice absolvite sau nivelul de satisfacție și calitatea serviciilor educaționale *principale* și *secundare* (în linii generale și în raport cu așteptările individuale) și media finală sau șansa de a ocupa un loc în piața muncii pentru absolvenții de licență sau masterat în conformitate cu eterogenitatea opiniilor, dar mai ales cu realitatea și trăsăturile economiei de piață românești;

II. identificarea *principalei variabile exogene* conform criteriului intensității corelației cu nivelul de satisfacție și calitatea serviciilor educaționale *principale* și *secundare*, urmată de modelarea econometrică unifactorială pentru studiile de licență;

III. identificarea *principalei variabile exogene* pornind de la intensitatea corelației cu nivelul de satisfacție și calitatea serviciilor educaționale *principale* și *secundare*, secondata de modelarea econometrică unifactorială pentru studiile masterale;

IV. selectarea *primelor trei și mai apoi șase variabile exogene* condiționate de criteriul intensității corelației lor cu nivelul de satisfacție și calitatea serviciilor educaționale *principale* și *secundare*, finalizată prin modelarea econometrică multifactorială destinată studiilor de licență (șase variabile generând în acest caz un raport de corelație apropiat de 0,75 sau depășindu-l în marea majoritate a cazurilor pentru a certifica o legătură de intensitate foarte puternică dintre variabila *nivel de satisfacție* și categoriile majore de servicii *principale* și *secundare*, fără a induce fenomenul de multicolinearitate);

V. selectarea *primelor trei și mai apoi șase variabile exogene* condiționate de criteriul intensității corelației lor cu nivelul de satisfacție a consumatorilor și calitatea serviciilor

educaționale *principale* și *secundare* care conduce la o modelare econometrică multifactorială destinată studiilor masterale (din aceleași considerente pur statistice și econometrice detaliate la ipoteza IV);

VI. analiza realismului aprecierii de către consumatorii de servicii educaționale a șansei pe care aceștia și-o acordă în viitor privind obținerea unui loc de muncă prin concurs, promovării sau câștigării unui post de conducere pornind de la cunoștințele dobândite de la specializarea din programul (domeniul) și în facultatea absolvită.

Aceste șase ipoteze principale de lucru presupunând determinarea unor matrici de corelație prealabile și modelări și validări succesive ale modelelor constituie componentele esențiale ale demersului complex metodologic al lucrării din punct de vedere exclusiv econometric.

3. Metodologia cercetării, chestionarul și bazele de date

Metodologia *statistică* a cercetării a fost definită de un proces iterativ sintetic, care a debutat prin culegerea datelor din populația înregistrată exhaustiv a consumatorilor de servicii educaționale academice (toți cei 138 de absolvenți ai departamentului de contabilitate din anul 2013, dintre care 72 ai programului de licență și 66 ai celor două programe de masterat), apoi a valorificat datele astfel înregistrate în urma unei analize statistice descriptive a normalității, omogenității, asimetriei și boltirii moderate a seriilor de date rezultate, și a continuat cu un proces de validare sau invalidare a acestor distribuții statistice reper și, în același timp, a formulat verificat setul de ipoteze cuprinse în strategia și designul cercetării organizaționale și sociale (Bryman, 2012), formulând concluziile finale cu impact în responsabilitatea facultății, departamentului și a programului economice (domeniului și specializărilor) etc.

Pentru variabilele finale s-au realizat statistici descriptive, exemplificate în figura 2, prin nivelul sau gradul de satisfacție referitor la serviciile educaționale principale oferite prin programul (domeniul) și specializarea absolvite de către student (consumator), analizând credibilitatea modelării axate pe aceste distribuții de date (variabila generată de răspunsurile la întrebarea 6 din secțiunea C a chestionarului cercetării).

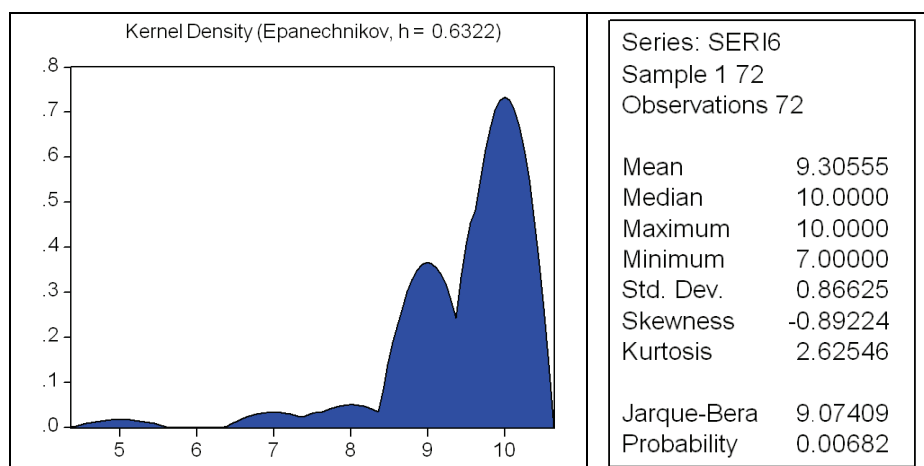


Figura nr. 2: Distribuția densităților de frecvențe și statistica descriptivă a nivelului de satisfacție al consumatorului de servicii educaționale principale oferite de specializarea CIG

Notă: Gradul sau nivelul de satisfacție se referă la *nivelul general de satisfacție al studentului absolvent, referitor la serviciile educaționale principale*. Software utilizat Eviews

Distribuțiile de date au rezultat din prelucrarea chestionarului investigației și au purtat amprenta calității acestuia. Chestionarul cercetării exhaustive realizate (conform Anexei 1) este structurat în patru componente distincte, conexe și răspunzând ierarhiilor și structurilor organizației academice: a) prima secțiune se referă prin intermediul a 16 variabile la caracteristicile demografice ale consumatorului (absolventului programului de licență sau de masterat); b) a doua și respectiv a treia secțiune în seturi de câte șase și, respectiv cinci variabile (A și B), apreciază și evaluează nivelul de satisfacție și calitatea informațiilor în domeniile cu care este asociată universitatea și facultatea; c) a patra secțiune (C) detaliază informațiile necesare la nivelul *departamentului, programului (domeniului) și specializării* generând alte 66 de variabile în cadrul a 15 întrebări. În afara nivelului de satisfacție al consumatorului de servicii educaționale academice în setul final de întrebări apar și variabile ce permit corelarea prin șanse (procentual exprimate) cu piața muncii ca rezultat al prestării serviciilor educaționale de către organizația care oferă serviciile educaționale (universitatea, facultatea, departamentul).

Analitic, modelarea econometrică finală a fost realizată etapizat și uneori subetapizat, de la formularea inițială a ipotezelor unor posibile modele statistice, axate pe matrici inițiale de corelație, până la testarea statistică și formularea finală a unora dintre modelele performante, care au trecut testele standard (Săvoiu și Necșulescu, 2009; Săvoiu, 2013), explicând și mecanismele aleatoare ce au generat datele statistice dar restructurând pe baza acestor modele responsabilitatea organizațiilor care oferă servicii educaționale academice. Gradul de detaliere la nivel de subetapă în modelarea econometrică concretă a cercetării este exemplificat în tabelul 1, prin descrierea acelor strict legate de asigurarea seriilor sau distribuțiilor de date apte să genereze un model credibil, valid și performant:

Tabel nr. 1: Subetape în asigurarea seriilor sau bazelor de date necesare modelării econometrice

1. <i>Selectarea și operaționalizarea variabilelor investigate</i>	4. <i>Delimitarea subpopulațiilor investigate distinct (licență și masterat)</i>	7. <i>Validarea finală a chestionarului</i>
2. <i>Selectarea scalelor adecvate de măsurare (notarea)</i>	5. <i>Construirea chestionarului</i>	8. <i>Autoînregistrarea practică per chestionar la nivel de consumator</i>
3. <i>Definirea populației statistice (absolvenți)</i>	6. <i>Testarea pilot și corectarea erorilor</i>	9. <i>Analiză și concluzii referitoare la datele finale</i>

Sursa: Săvoiu □ i Necșulescu, 2009, p. 50.

Dimensiunile restrictive ale articolului au permis o sinteză concentrată pe tematica nivelului de satisfacție a consumatorului de servicii educaționale academice, dar nu și o prezentare integrală a multiplelor corelații ale cercetării.

4. Rezultate și discuții

Un prim set de rezultate se referă la asocierea dintre mediile finale ale consumatorilor de servicii educaționale de licență sau masterat și nivelul lor de satisfacție legat de specializarea absolvită. O procedură clasică și rapidă de calcul este aceea a coeficientului de asociere Yule, cunoscutul instrument de calcul secular „r” *tetrachoric* determinat prin relația simplă de calcul (ad – bc): (ad + bc) cu valorile a, c, b și d rezultate din structurarea populației după două variabile atributive numerice transformate în alternative în raport cu valorile situate sub și peste media fiecărei variabile, rezultatul fiind interpretat ca un simplu coeficient de corelație (Yule, 1919).

Din calculele coeficienților Yule pentru consumatorii de servicii educaționale în programul de licență la specializarea CIG se constată că valorile obținute confirmă inexistența unei asocieri între media finală și opinia consumatorilor despre șansa de angajare în piața muncii ($r_{licență} = 0,187097$), iar asocierea inversă între media finală și nivelul de satisfacție al consumatorului de servicii educaționale în programul de licență la aceeași specializare și separat la serviciile educaționale principale și secundare relevă o stare de normalitate ($r_{2licență} = -0,318182$; $r_{3licență} = -0,358491$; $r_{4licență} = -0,062069$), relațiile se impun a fi testate, cu precădere primele două variabile, toate valorile dovedind o stare de eterogenitate credibilă a respondenților conformă cu realitatea din piața muncii în România. De altfel și construcția unui model econometric apt să permită predicții ale percepției consumatorului privind șansa acestuia de a fi integrat în piața muncii pornind de la serviciile educaționale academice absolvite prin studii de licență sau masterale este dificil de realizat și sunt puține modelări care trec testul final al unui R mai mare de 0,5 (asigurând o intensitate cel puțin medie). Ca o exemplificare a dificultății de apreciere dar și de îmbunătățire a percepției absolvenților **de licență** privind șansa de a intra în piața muncii conform întrebării I14 din secțiunea C (singurii dintre consumatorii de servicii educaționale academice care se apropie mai mult de cerința $R > 0,5$ și care conferă ceva mai multă stabilitate și intensitate corelațiilor din model) se prezintă un astfel de model econometric în care variabilele exogene sau factorii explicativi sunt I1 din secțiune B = nivelul general de satisfacție privind facultatea absolvită, I1 din secțiunea C = nivelul de satisfacție final privind specializarea, I6 din secțiunea C = nivelul de satisfacție generală privind serviciile în general și I8 din secțiunea C = nivelul de satisfacție legat de serviciile principale în raport cu așteptările, I9 din secțiunea C = nivelul de satisfacție privind serviciile secundare în general și I11 din secțiunea C = nivelul de satisfacție privind serviciile secundare în raport cu așteptările, precum și I4 din secțiunea de informații preliminare demografice = media finală a absolventului de licență (tabel 2).

Tabel nr. 2: Un model multifactorial al percepției consumatorului de servicii educaționale ca absolvent de licență referitoare la intrarea sa în piața muncii

Dependent Variable : I14		OLS		Observations: 72
$\text{Log}(I14i) = \alpha + \beta \times (1/\text{SERBI}1i) + \gamma \times (1/\text{SERC}11i) + \delta \times \text{SERC}16i + \lambda \times \text{Log}(\text{SERC}18i) + \mu \times \text{Log}(\text{SERC}19i) + \rho \times (1/\text{SERC}11i) + \tau \times (\text{SER}14i) + \epsilon_i$				
$\text{@LOG}(Y4) = 5,480 - 3,874 \times (1/(\text{SERBI}1)) - 4,008 \times (1/(\text{SERC}11)) - 0,088 \times \text{SERC}16 + 0,426 \times (\text{@LOG}(\text{SERC}18)) - 0,992 \times (\text{@LOG}(\text{SERC}19)) - 5,424 \times (1/(\text{SERC}11)) + 0,013 \times (\text{SER}14) + \epsilon_i$				
Variable	Coefficient	t-Statistic	Prob	
A	5,479786		4,638333	0,0000
SERBI1	- 3,873987		-1,071526	0,2880
SERC11	- 4,007808		-1,058242	0,2939

SERCI6	- 0,087750	-1,575831	0,1200
SERCI8	0,425970	0,594002	0,5546
SERCI9	- 0,991976	-1,544276	0,1275
SERCI11	- 5,423966	-1,831507	0,0717
SERI4	0,013048	0,650057	0,5180
R-squared	0,277923	Mean dependent var	7,9
Multiple R	0,527257	F-statistic	3,519029
Durbin – Watson stat	1,809003	Prob	0,002950

O a doua asociere analizată este aceea dintre media sau nivelul de satisfacție al masteranzilor și șansa autoacordată în calitate de absolvenți de a obține în viitor un loc de muncă prin concurs, de a promova sau câștiga un post de conducere pornind de la noile cunoștințe și competențe dobândite prin consumarea serviciilor educaționale. Din calculele coeficienților Yule pentru consumatorii de servicii educaționale în programele de masterat se constată că nivelul de satisfacție al consumatorilor acestor servicii academice în raport cu așteptările individuale și media finală a consumatorilor absolvenți de masterat nu sunt puternic asociate și chiar practic neasociate ($r_{2\text{master}} = - 0,062619$; $r_{3\text{master}} = - 0,240876$; $r_{4\text{master}} = - 0,126437$), similar și în ceea ce privește relația cu șansa autoacordată de a obține creșteri salariale sau a câștiga prin concurs posturi de management contabil sau de conducere în general ($r_1 \text{ master} = 0,060773$).

În vederea modelării, o matrice de corelație prealabilă a permis identificarea mai întâi a modelelor unifactoriale performante, conform ipotezelor II și III ale cercetării. Pornind de la chestionarul cercetării, pentru cele 36 de variabile ce definesc practic tot atâtea activități de servicii principale din cadrul întrebării 7 din secțiunea a patra (C) care le detaliază și nivelul de satisfacție al consumatorului din întrebarea 6 sunt prezentate în tabelul 3 valorile raportului de corelație care le și ierarhizează ca intensitate și permit selectarea în ipoteza II și III a variabilei celei mai intens corelate:

Tabel nr. 3: Matrice de corelație suprapusă pe structura întrebării 7 din secțiunea C (CI7) a chestionarului, definind raportul de corelație (R) între categorii de servicii principale și nivelul de satisfacție al consumatorului programului de licență și specializării CIG

Corelația	R	Corelația	R	Corelația	R
CI7.1– I.6	0,649300	CI7.2– I.6	0,629847	CI7.3– I.6	0,633697
CI7.4– I.6	0,592556	CI7.5– I.6	0,675686	CI7.6– I.6	0,807029
CI7.7– I.6	0,438083	CI7.8– I.6	0,462953	CI7.9– I.6	0,522999
CI7.10– I.6	0,551371	CI7.10– I.6	0,476341	CI7.12– I.6	0,516068
CI7.13– I.6	0,444447	CI7.14– I.6	0,422672	CI7.15– I.6	0,465903
CI7.16– I.6	<u>0,717039</u>	CI7.17– I.6	<u>0,786516</u>	CI7.18– I.6	<u>0,710614</u>
CI7.19– I.6	0,566101	CI7.20– I.6	0,651272	CI7.21– I.6	0,659282
CI7.22– I.6	0,413569	CI7.23– I.6	0,339441	CI7.24– I.6	0,381599
CI7.25– I.6	0,428406	CI7.26– I.6	0,325411	CI7.27– I.6	0,617031

CI7.28– I.6	0,525098	CI7.29– I.6	0,545642	CI7.30– I.6	0,575067
CI7.31– I.6	0,314312	CI7.32– I.6	0,581002	CI7.33– I.6	0,395129
CI7.34– I.6	0,667121	CI7.35– I.6	<u>0,783942</u>	CI7.36– I.6	0,621864

Software utilizat Eviews

Conform valorilor din tabel, s-a selectat și a fost parametrizat, pentru a valida ipoteza II, modelul econometric cel mai performant al corelației în care *nivelul de satisfacție al consumatorului programului (domeniului) și specializării de licență (CIG)* este variabilă endogenă și *modul de predare multi, trans și interdisciplinar* devine variabila exogenă cu cel mai ridicat raport de corelație (Multiple R) detaliat în tabelul 4.

Tabel nr. 4: Model unifactorial al nivelului de satisfacție al consumatorului de servicii educaționale al programului (domeniului) și specializării de licență (CIG), în funcție de modul de predare multi, trans și interdisciplinar

Dependent Variable: SER CI6 OLS Observations : 72			
$SERCI6_i = \alpha + \beta \times SERCI7.6_i + \epsilon_i \Rightarrow SERCI6 = 2.18 + 0.766 \times SERCI7.6_i + \epsilon_i$			
Variable	Coefficient	t-Statistic	Prob
α	2.180108	3.408784	0.0011
SERC I7.6	0.766129	11.43429	0.0000
R-squared	0.651295	Mean dependent var	9.458333
Multiple R	0.807029	F-statistic	130.7430
Durbin – Watson stat	1.716190	Prob	0.0000

Un model multifactorial performant conform ipotezei IV în care au fost selectați primii trei factori semnificativi corelați cu nivelul de satisfacție al consumatorului de servicii educaționale ale specializării de licență CIG ierarhizează alături de *modul de predare multi, trans și interdisciplinar, asigurarea unui caracter integrativ al disciplinelor și formarea unui spirit de comunitate și a unei capacități parteneriale*, oferind o soluție de restructurare a responsabilității facultății și, mai ales, a departamentului axată pe aceste trei criterii de construcție a curriculumului în viitor (tabel 5).

Tabel nr. 5: Model trifactorial cu determinație maximală al nivelului de satisfacție al consumatorului de servicii educaționale ale specializării de licență CIG

Dependent Variable: SER CI6 OLS Observations : 72			
$SERCI6 = \alpha + \beta \times SERCI7.6_i + \gamma \times (SERCI7.17_i) + \delta \times SERCI7.35_i + \epsilon_i$ $\Rightarrow SERCI6 = - 8,29 + 0,16 \times SERCI7.6_i + 4,21\gamma \times \text{Log}(SERCI7.17_i) + 2,99 \times \text{Log}(SERCI7.35_i) + \epsilon_i$			
Variable	Coefficient	t-Statistic	Prob
α	-8,291714	-2,305988	0,0242
SERC I7.6	0,160072	0,723963	0,4716
SERC I7.17	4,207239	2,907728	0,0049
SERC I7.35	2,993127	1,633124	0,1071
R-squared	0,696620	Mean dependent var	9,458333
Multiple R	0,834638	F-statistic	52,04701
Durbin – Watson stat	1,683962	Prob	0,0000

Extinderea la nivelul primilor șase factori semnificativi ai nivelului de satisfacție al consumatorului de servicii educaționale ale specializării de licență CIG conduce la o intensitate maximală ce depășește 0,85 dar trebuie remarcat fenomenul de multicolinearitate care apare inevitabil între noile categorii de servicii educaționale principale definite prin *serviciile principale legate de materialele și echipamentele de predare, cele ce induc caracterul inovativ al predării și cele ce asigură un mod educativ interactiv și sintetic* și cele trei variabile anterioare. Toate dețin semnificații majore și oferă alternative facultății și departamentului pentru a asigura în viitor o satisfacție mai mare a consumatorului de servicii academice și a crește și șansa acestuia de intrare în piața muncii.

Pornind de la același chestionar al cercetării, pentru aceleași 36 de variabile ce definesc activitățile de servicii principale ale programelor de masterat, în tabelul 6 valorile raportului de corelație care le și ierarhizează ca intensitate și permit selectarea în ipoteza II și III a variabilei celei mai intens corelate, remarcând chiar de la început o diminuare a nivelului valorilor și o reducere a celor care atestă corelații de nivel cel puțin mediu la numai 10:

Tabel nr. 6: Matrice de corelație suprapusă pe structura întrebării 7 din secțiunea C (CI7) a chestionarului, definind raportul de corelație între categoriile de servicii principale și nivelul de satisfacție al consumatorului programelor de masterat

Corelația	R	Corelația	R	Corelația	R
CI7.1– I.6	0,619095	C7.2– I.6	0,498209	CI7.3– I.6	0,417702
CI7.4– I.6	0,537170	CI7.5– I.6	0,517074	CI7.6– I.6	0,410259
CI7.7– I.6	0,493569	CI7.8– I.6	0,258404	CI7.9– I.6	0,503546
CI7.10– I.6	0,521676	CI7.10– I.6	0,420073	CI7.12– I.6	0,422487
CI7.13– I.6	0,373328	CI7.14– I.6	0,365610	CI7.15– I.6	0,630129
CI7.16– I.6	0,452029	CI7.17– I.6	0,471406	CI7.18– I.6	0,555361
CI7.19– I.6	0,406096	CI7.20– I.6	0,262676	CI7.21– I.6	0,491248
CI7.22– I.6	0,280289	CI7.23– I.6	0,290046	CI7.24– I.6	0,426033
CI7.25– I.6	0,510599	CI7.26– I.6	0,423169	CI7.27– I.6	0,481878
CI7.28– I.6	0,356728	CI7.29– I.6	0,294048	CI7.30– I.6	0,348604
CI7.31– I.6	0,438155	CI7.32– I.6	0,537467	CI7.33– I.6	0,537006
CI7.34– I.6	0,472168	CI7.35– I.6	0,462840	CI7.36– I.6	0,495803

Software utilizat: Eviews

Pentru cei 66 de absolvenți de studii masterale satisfacția lor modelată unifactorial devine strict dependentă de serviciile legate de *calitatea și adecvarea la modernitate a sălilor de curs, seminarii și laboratoare*, ceea ce rezultă din tabelul 6 și generează modelul unifactorial din tabelul 7, mult mai slab ca intensitate și determinație decât cel din tabelul 4.

Tabel nr. 7: Model unifactorial al nivelului de satisfacție al consumatorului de servicii educaționale de masterat, în funcție de serviciile legate de sălile de curs, seminarii și laboratoare

Dependent Variable: SER CI6 OLS Observations : 66			
SERCI6i= α+ β × SERCI7.15i +εi ⇒ SERCI6 = 5.76 + 0.385 × SERCI7.15i+εi			
Variable	Coefficient	t-Statistic	Prob
α	5,761771	10,65168	0.0000
SERC I7.15	0,384796	6,492076	0.0000

R-squared	0,397063	Mean dependent var	9,242424
Multiple R	0,630129	F-statistic	42,14705
Durbin – Watson stat	1,716190	Prob	0,0000

Un model multifactorial performant conform ipotezei V (prezentat în tabelul 8), în care au fost selectați primii trei factori semnificativi corelați cu nivelul de satisfacție al consumatorului de servicii educaționale ale specializării de masterat reunește ca variabile exogene serviciile legate de *calitatea și adecvarea la modernitate a sălilor de curs, seminarii și laboratoare, serviciile de informare referitoare la curs și seminar la discipline obligatorii, precum și caracterul inovativ al predării*, motivând noi priorități ale departamentului pentru viitorul imediat:

Tabel nr. 8: Model trifactorial cu determinație maximală al nivelului de satisfacție al consumatorului de servicii educaționale ale specializării de masterat

Dependent Variable: SER CI6		OLS	Observations : 66
$SERCI6 = \alpha + \beta \times SERCI7.15i + \gamma \times (SERCI7.1i) + \delta \times SERCI7.18 i + \epsilon_i$			
$\Rightarrow SERCI6 = 2,00 + 1,585 \times \log(SERCI7.15i) + 0,258 \times SERCI7.1i + 0,149 \times SERCI7.18 i + \epsilon_i$			
Variable	Coefficient	t-Statistic	Prob
α	2,000018	2,066054	0,0430
SERCI7.15	1,585094	3,026273	0,0036
SERCI7.1	0,257550	2,007442	0,0491
SERCI7.18	0,149034	1,782245	0,0796
R-squared	0,495204	Mean dependent var	9,242424
Multiple R	0,703707	F-statistic	20,27395
Durbin – Watson stat	1,949706	Prob	0,0000

Un model mai extins, multifactorial, axat pe primele șase variabile exogene nu mai atinge pragul unei intensități foarte puternice, nedepășind 0,75 deși alături de cele trei variabile anterioare modelate, *serviciile legate de modalitatea de întocmire a orarului, pe cele legate de consultațiile periodice acordate, precum și pe cele privind soluționarea contestațiilor la examene*. Se remarcă o tendință de corelare mult mai pragmatică în ceea ce privește nivelul de satisfacție al masteranzilor în procesul educațional, în mediul specific, conform unui program de lucru caracteristic.

În situația modelării satisfacției consumatorilor de servicii educaționale secundare de licență și masterat conform ipotezelor IV și V se constată din tabelul 9, prin confruntare, că principalul serviciu secundar pentru absolventul de licență este legat de *întâlnirile periodice cu profesori din conducerea facultății*, iar pentru consumatorul de servicii de masterat de *oportunitățile de angajare intermediare de facultate pentru cursantul la masterat*.

Tabel nr. 9: Matrice de corelație suprapusă pe structura întrebării 10 din secțiunea C (CI10), definind raportul de corelație (R) între serviciile secundare și nivelul de satisfacție al consumatorului programelor de licență și masterat

Corelația	R	Corelația	R	Corelația	R	Corelația	R
Variabila exogenă definind o categorie de servicii secundare din programul de licență							
I10.1– I9	0,477022	I10.2– I9	0,572279	I10.3– I9	0,076706	I10.4– I9	0,726736

I10.5- I9	0,157518	I10.6- I9	0,341779	I10.7- I9	0,564784	I10.8- I9	0,392443
I10.9- I9	0,613748	I10.10- I9	0,228318	I10.11- I9	0,633294	I10.12- I9	0,480273
I10.13- I9	0,560251	I10.14- I9	0,626736	I10.15- I9	0,359608	-	-
Variabila exogenă definind o categorie de servicii secundare din programul de masterat							
I10.1- I9	0,392809	I10.2- I9	0,651616	I10.3- I9	0,474737	I10.4- I9	0,576172
I10.5- I9	0,634603	I10.6- I9	0,356823	I10.7- I9	0,616187	I10.8- I9	0,55728 1
I10.9- I9	0,489910	I10.10- I9	0,438757	I10.11- I9	0,705215	I10.12- I9	0,596356
I10.13- I9	0,397289	I10.14- I9	0,608561	I10.15- I9	0,561849	-	-

Software utilizat: Eviews

Sunt generate astfel două modele econometrice unifactoriale caracteristice celor două programe de licență (tabel 10) și masterat (tabel 11):

Tabel nr. 10: Model unifactorial al nivelului de satisfacție al consumatorului de servicii educaționale secundare de licență în funcție de serviciile legate de întâlnirile periodice cu profesori din conducerea facultății

Dependent Variable: SER CI9 OLS Observations : 72			
SERC I9i= α+ β × log(SERC I10.4i) +εi ⇒ SERCI6 = 4,995 + 6,413 × log(SERC I10.4i) +εi			
Variable	Coefficient	t-Statistic	Prob
α	- 4,995331	-3,127120	0,0026
SERC I10.4	6,412556	8,986729	0,0000
R-squared	0,535690	Mean dependent var	9,347222
Multiple R	0,726736	F-statistic	80,76129
Durbin – Watson stat	2,131954	Prob	0,0000

Tabel nr. 11: Model unifactorial al nivelului de satisfacție al consumatorului de servicii educaționale secundare de masterat, în funcție de serviciile legate de oportunitățile de angajare intermediare de facultate

Dependent Variable: SER CI9 OLS Observations : 66			
SERC I9i= α+ β × (1/SERC I10.11i) +εi ⇒ SERCI6 = 12.181 – 25. 350 × (1/SERC I10.11i) +εi			
Variable	Coefficient	t-Statistic	Prob
α	12,181488	33,51977	0,0000
SERC I10.4	- 25,350732	-8,411097	0,0000
R-squared	0,525034	Mean dependent var	9,204545
Multiple R	0,728011	F-statistic	70,74656
Durbin – Watson stat	1,868927	Prob	0,0000

Dacă se compară primele șase servicii educaționale, ierarhizate ca variabile exogene, prin prisma intensității corelației acestora cu nivelului de satisfacție al consumatorului de servicii secundare de licență și masterat se constată că numai trei dintre ele coincid, iar restul creează un profil distinct fiecărui tip de consumator în parte (tabel 12).

Aceste variabile ce definesc servicii secundare influențează semnificativ restructurarea responsabilităților organizației educaționale (universitate, facultate și

departament) și pot asigura în viitor o satisfacție mai mare a consumatorului de servicii academice și majora totodată și șansa acestuia de intrare în piața muncii.

Tabel nr. 12: Primele șase variabile exogene definind categorii de servicii secundare din programul de licență și programul de masterat

Primele șase variabile exogene definind categorii de servicii secundare din programul de licență					
I10.4 Întâlniri periodice cu profesori din conducerea facultății	I10.11 Oportunități de angajare intermediare de facultate	I10.14 Servicii de asigurare a securității personale (pază etc.)	I10.9 Activități de asigurare hrană prin restaurant /cantină	I10.2 Stimulente sau ajutoare și sancțiuni studenți	I10.7 Activități de cazare / campus universitar
Primele șase variabile exogene definind categorii de servicii secundare din programul de masterat					
I10.11 Oportunități de angajare intermediare de facultate	I10.2 Stimulente sau ajutoare și sancțiuni masteranzi	I10.5 Activitate de îndrumare și orientare pentru primul an	I10.7 Activități de cazare / campus universitar	I10.14 Servicii de asigurare a securității personale (pază etc.)	I10.12 Promptitudine răspuns la diverse solicitări masterand

Realismul opiniei consumatorului de servicii educaționale conform ipotezei VI privind șansa acestuia de intrare în piața muncii poate fi modelat cu dificultate așa cum s-a constatat din ipoteza 1 și tabelul 2 și în același timp se diferențiază și el în raport cu tipologia absolventului. Consumatorul de servicii educaționale de licență se plasează în zona unui optimism moderat cu o probabilitate medie de 79% (circa 2,8% dintre absolvenții specializării de contabilitate și informatică de gestiune nu cred că își vor găsi un loc de muncă), în timp ce consumatorul de masterat crede într-o plasare mai bună personală pe piața muncii ca urmare a absolvirii studiilor masterale cu o probabilitate medie de 86% (procentul celor care nu cred scade la 1,5%). Ca o concluzie generală, tânărul consumator de servicii educaționale economice (în medie de 23 de ani), este mai pesimist în raport cu cel de masterat ușor mai în vârstă (în medie de 25,2 ani), deși, în raport cu gradul de deschidere al pieței muncii românești post recesiune, ambii consumatorii sunt cu siguranță foarte optimiști.

5. Impactul satisfacției consumatorilor de servicii educaționale în responsabilitatea organizației economice cu activitate de educație academică

Așa cum au subliniat și alte lucrări în domeniul acestor tipuri de analize ale gradului de satisfacție al consumatorilor de servicii educaționale începând cu finele secolului trecut (Bowen, și Bok, 1998), există o aură de așteptări destul de mari ale consumatorilor de servicii educaționale, accentele fiind plasate pe provocări intelectuale (integrativitate, multi, trans și interdisciplinaritate etc.) dar și pe tendința de dilatare a rolului standardelor minime în raport cu piața, cu constatarea unei insuficiențe reale și chiar a lipsei în unii ani ai ciclului educațional a unor stagii de vară plătite, generatoare ale experienței necesare formal sau informal dar cu impact educativ major (Moore, 1998), împreună cu nevoia de consultanță sau consiliere și cu cerințele de a forma parteneriate.

Toate acestea sunt percepute diferențiat de către cele două tipuri de consumatori de programe de licență și masterat. Cerința de selectivitate și ierarhizare specifică organizației educaționale academice are în față un consumator avid de standardizare minimală de informații și experiență care să garanteze intrarea în piața muncii. Diversității tematice și a disciplinelor pilon ale serviciilor organizației academice li se opun limitările din realitatea curentă, iar standardele minime intră în conflict cu oportunitățile locale și cel mult regionale ale consumatorilor de servicii educaționale de licență sau masterat etc. Impactul acestei analize, cu mult mai extinse decât a putut fi sintetizată și modelată în acest articol, asupra responsabilității organizației cu activitate educațională este unul restructurant atât pe termen scurt cât și pe termen lung.

Principalele patru criterii de restructurare a serviciilor atât principale cât și secundare educaționale, pornind de la satisfacția consumatorilor, dar și de la șansa lor de a se integra în piața muncii sunt următoarele:

- a) identificarea corectă și evaluarea atentă a consumatorilor cu potențial real pentru această integrare;
- b) extinderea serviciilor educaționale informale în campusul organizației;
- c) o mai mare diversificare și reflectare a realităților locale și regionale în serviciile educaționale oferite;
- d) o abordare pe termen scurt dar axată pe o strategie coerentă pe termen lung a organizației academice.

De-a lungul ultimelor două decenii, relativ puține studii, exceptând poate pe cele plasate la nivelul educației speciale (Samdal *et al*, 1998), au examinat sistematic importanța evaluării structurate a nivelului de satisfacție al consumatorilor de servicii educaționale, și chiar și mai puține au modelat pe principiile unei cauzalități statistice complexe de o manieră multifactorială aceste fenomene comparativ cu altele legate de absolvenții consumator și prin prisma responsabilității organizației educaționale de a restructura continuu oferta sa. În aproape toate țările, mai ales europene (exceptând poate Finlanda, Norvegia, Germania etc.) țări oricum puține, situate la un nivel ridicat atât de dezvoltare, cât de și coeziune comunitară, și în aproape toate studiile despre satisfacția legată de consumul de servicii educaționale, aceasta devine invers proporțională cu vârsta sub impactul integrării absolvenților în cadrul pieței muncii și chiar inadecvării unora dintre serviciile educaționale la piața muncii...

Serviciile educaționale nu pot suplini niciodată integral capacitatea de adaptare individuală oricât de competitive ar fi acestea, iar multiplicarea lor excesivă conduce la o reducere a ciclului de supraviețuire și a dezvoltării organizației cu activitate de educație academică, urmând exemplul selecției naturale a organismelor vii (Gadgil, Bossert, 1970).

Concluzii

Din literatura științifică dedicată satisfacției consumatorului (inclusiv a absolvenților de licență, master și chiar doctorat) și responsabilității organizațiilor cu privire la calitatea și structura serviciilor oferite pieței (cuprinzând aici și piața serviciilor educaționale de toate felurile), baza conceptuală terminologică a fost insuficient tratată în domeniu și mulți autori nu fac nici în prezent o distincție clară între anumite categorii de servicii (exemplul celor de educație formală și informală a fost relativ detaliat în text). De asemenea lucrarea de față îmbogățește cu câteva modele originale statistico - matematice axate pe gradul de satisfacție al consumatorului și pe responsabilitatea organizațiilor

educaționale literatura publicată, relativ insuficientă care există în acest moment. Acest aspect constituie probabil elementul de originalitate major al lucrării prin tentativa ei axată pe o cercetare exhaustivă a unei generații de absolvenți de licență și masterat complet și în mod cursiv în urma unei cercetări rigurose metodologice realizată în spațiul educațional academic românesc, în învățământul superior economic, la o facultate din cadrul Universității din Pitești.

Cele mai importante variabile cu un caracter pronunțat de predicție ale nivelului de satisfacție al consumatorilor de servicii educaționale identificate în lucrare se referă la o mai mare siguranță și o mai profundă simplificare a accesului la procesul educațional, în spațiile caracteristice și la materialele și informațiile specifice acestuia inclusiv organizatorice (combinând integrarea unor discipline, cu formarea unui spirit de comunitate academică mai pronunțat, solicitând predare inovativă dar și modernitate în spațiul educațional, în tipurile de aparate și materiale didactice, dar și în sursele de informare, cerând orare și programe flexibile cu prioritate etc.). La fel serviciile de consultanță educațională și cele legate de oportunități de angajare intermediare de organizația educațională se află pe primele locuri, fiind intens corelate cu nivelul de satisfacție al consumatorilor de servicii educaționale economice. Standardizarea este caracteristica ce trebuie să restructureze responsabilitatea organizației educaționale de servicii de licență în domeniul economic iar pragmatismul și stimulentele în cazul celor de masterat.

Bibliografie

- Bowen, W. G. și Bok, D., 1998. *The shape of the river*. Princeton, NJ: Princeton University Press.
- Broussolle, D., 2012. A note on the links between manufacturing, goods and services exports. *Amfiteatru Economic*, XIV(Special No. 6), pp. 600-620.
- Bryman, A., 2012. *Social research methods*. Oxford: Oxford University Press.
- Cojanu, V., 2007. Competitiveness of trade in services: some problems of measurement. *Amfiteatru Economic*, IX(22), pp. 147-152.
- Ceglowski, J., 2006. Does gravity matter in a service economy? *The Review of World Economics*, 142(2), pp. 307-328.
- Colley, H., Hodkinson, P. și Malcolm J., 2002. Non-formal learning: mapping the conceptual terrain. *Leeds: University of Leeds, Lifelong Learning Institute*. [online] Disponibil la: <http://www.infed.org/archives/e-texts/colley_informal_learning.htm> [Accesat 10 septembrie 2013].
- Cudanov, M., Săvoiu, G. și Jaško, O., 2012. New Link in Bioinformatics Services Value Chain: Position, Organization and Business Model. *Amfiteatru Economic*, XIV(Special No. 6), pp. 680-697.
- Deardorff, A.V., 2001. International Provision of Trade Services, Trade, and Fragmentation. *Review of International Economics*, 9(2), pp. 233-248.
- Eaton, S.E., 2011. *Formal, Non-Formal and Informal Learning*. [online] Disponibil la: <http://www.infed.org/archives/e-texts/eaton_formal_nonformal_informal_learning.htm> Archived 22 May 2011 at WebCite, [Accesat 08 septembrie 2013].

- Edvardsson, B., Gustafsson, A. și Roos, I., 2005. Service Portraits in Service Research: A Critical Review. *International Journal of Service Industry Management*, 16(1), pp. 107-121.
- Enache, I.C., 2011. *Costumer behaviour and student satisfaction*. Bulletin of the Transilvania University of Brașov, Vol. 4(53), No. 2, Series V: Economic Sciences, pp. 41-46. [online] Disponibil la: <<http://webbut.unitbv.ro/BU2011/Series%20V/BULETIN%20V/07%20enache%20BUT%202011%202.pdf>> [Accesat 8 septembrie 2013].
- Gadgil, M. și Bossert, W.H., 1970. Life historical consequences of natural selection. *American Naturalist*, 104(935), pp. 1-24.
- Greenfield, H. I., 2002. A Note on the Goods / Services Dichotomy. *The Service Industries Journal*, 22(4), pp. 19-21.
- Grönroos, C. și Ojasalo, K., 2004. Service productivity. Towards a conceptualization of the transformation of inputs into economic results in services. *Journal of Business Research*, 57 (4), pp. 414-423.
- Grönroos, C., 2008. Service logic revisited: who creates value? And who co-creates? *European Business Review*, 20(4), pp. 298-314.
- Hill, T.P., 1977. On Goods and Services. *Review of Income and Wealth*, 23, pp. 315-338.
- Hodkinson, P., Colley, H. și Malcolm, J. 2003. The Interrelationships Between Informal and Formal Learning. *Journal of Workplace Learning*, 15, pp. 313–318.
- Kimura, F. și Lee, H-H., 2006. The Gravity Equation in International Trade in Services. *Review of World Economics*, 142(1), pp. 92-121.
- Karmali, D.P. și Sudarsan, P.K., 2008. Impact of trade in goods on trade in services: a country level panel data analysis. *Indian Journal of Economics and Business*, 7(1), pp. 145-154.
- Khattab Al, S. și Fares, F. 2011. Assessing Students' Satisfaction With Quality of Service of Students Information System. *Management and Marketing Journal*. [online] Disponibil la: <http://www.mnmk.ro/documents/2011/10_Iordania%20FFF.pdf> [Accesat 7 septembrie 2013].
- Kayastha, S., 2011. Defining Service and Non-Service Exchanges. *Service Science* 3(4), pp. 313-324.
- Lennon, C., 2008. Trade in Services and Trade in Goods: Differences and Complementarities. *PSE Working Papers 2008-52*, PSE.
- Livingstone, D.W., 2001. Adults' Informal Learning: Definitions, Findings, Gaps and Future Research. *Toronto: OISE/UT (NALL Working Paper No.21)*. [online] Disponibil la: <<http://www.oise.utoronto.ca/depts/sese/csew/nall/res/21adultsifnormallearning.htm>> [Accesat 9 septembrie 2013].
- Mazumder, Q.H., 2013. Student Satisfaction in Private and Public Universities in Bangladesh. *International Journal of Evaluation and Research in Education (IJERE)*, Vol.2, No.2, June 2013, pp. 78-84.
- Moeller, S., 2010. Characteristics of Services – A New Approach Uncovers their Value. *Journal of Services Marketing*, 24(5), pp. 359-368.
- Moore, S.-A., 1998. Time-to-Learning, *Digital Equipment Corporation*.

- Moro-Egido, A. și Panadés, J., 2008. *An Analysis of Student Satisfaction: Full-Time versus Part-Time Students*. [online] Disponibil la: <http://www.ugr.es/~teoriahe/RePEc/gra/wpaper/thepapers08_03.pdf> [Accesat 9 septembrie 2013].
- Nordås, H.K., 2010. Trade in goods and services: Two sides of the same coin?, *Economic Modelling*, 27(2), pp. 496–506.
- Pilat, D. și Wölfl, A., 2005. Measuring the Interaction between Manufacturing and Services. *OECD Science, Technology and Industry Working Papers*, 2005/5, OECD Publishing. [online] Disponibil la: <<http://www.oecd-ilibrary.org/docserver/download/5lgqhq94p7mt.pdf?expires=1387318108&id=id&accname=guest&checksum=F944F875FB4BFAB2C683A1081CBD4396>> [Accesat 9 septembrie 2013].
- Remmers, H.H. și Remmers, E. H., 1926. The negative suggestion effect of true-false examination questions. *Journal of Educational Psychology*, 17, pp. 52-56.
- Rubalcaba, L. și Kox, H., 2007. *Business Services in European Economic Growth*, Basingstoke: Palgrave Macmillan.
- Rubalcaba, L., Gallego, J. și Hertog, P.D., 2010. The case of market and system failures in services innovation. *The Service Industries Journal*, 30(4), pp. 549-566.
- Samdal, O., Nutbeam, D., Wold, B., și Kannas, L., 1998. Achieving health and educational goals through schools—a study of the importance of the school climate and the students' satisfaction with school. *Health education research*, 13(3), pp. 383-397.
- Săvoiu, G., Tăchiciu, L. și Dinu, V., 2012. Inflation and the Impact of Recession of Services in Romania's Economy. În: RESER - European Association for Research on Services, 22nd RESER International Conference „Services and Economic development Local and Global Challenges”. Bucharest, Romania, 20-22 septembrie 2012, pp. 20-21.
- Săvoiu, G., 2012. Riscul economic al subdezvoltării serviciilor în România: limite teoretice – cuantificare și analiză statistică. În: Institutul de Cercetări Economice și Sociale „Gh. Zane” – Filiala Iași a Academiei Române, *Conferința Științifică Internațională „Progrese în teoria deciziilor economice în condiții de risc și incertitudine: sisteme fuzzy în economie”*. Iași, România, Ed. Iași: Tehnopress, vol. XIX, pp. 42-48.
- Săvoiu, G., Tăchiciu, L. și Dinu, V., 2013. Statistical Evaluation of Services in Romania. *Actual Problems of Economics*, 1(2), pp. 292-302.
- Săvoiu, G. și Necșulescu, C., 2009. *Econometrie*, București: Editura Universitară.
- Săvoiu, G., 2013. *Modelarea Economico – Financiară: Gândirea econometrică aplicată în domeniul financiar*. București: Editura Universitară.
- Spohrer, J., Maglio, P.P., Bailey, J. și Gruhl, D., 2007. Steps toward a science of service systems. *Computer*, 40(1), pp. 71-77.
- Spohrer, J.C. și Maglio, P.P., 2008. The Emergence of Service Science: Toward Systematic Service Innovations to Accelerate Co-Creation of Value. *Production and Operations Management*, 17(3), pp. 238-246.
- Solinas, G., Masia, M.D., Maida, G. și Muresu, E., 2012. What Really Affects Student Satisfaction? An Assessment of Quality through a University-Wide Student Survey. *Creative Education*, 3(1), pp. 37-40. [online] Disponibil la: <<http://www.scirp.org/journal/ce/>> [Accesat 12 septembrie 2013].

- de Souza Saulo, A. și Nilson, R.J., 2010. Avaliação de um curso de ensino superior através da satisfação/insatisfação discente /Evaluation of a higher education program through student satisfaction/dissatisfaction. *Avaliação: Revista da Avaliação da Educação Superior (Campinas)*, 15(1), pp. 159-176. [online] Disponibil la: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1414-40772010000100009> [Accesat 12 septembrie 2013].
- Suhre, C.J., Jansen, E.P., și Harskamp, E. G., 2007. Impact of degree program satisfaction on the persistence of college students. *Higher Education*, 54(2), pp. 207-226.
- Vargo, S.L. și Lusch, R.F., 2008. From Goods to Service(s): Divergences and Convergences of Logics. *Industrial Marketing Management*, 37(3), pp. 254-259.
- Wölfel, A., 2005. The Service Economy in OECD Countries: OECD/Centre d'études prospectives et d'informations internationales (CEPII), *OECD Science, Technology and Industry Working Papers*, 2005/3, OECD Publishing. [online] Disponibil la: <<http://www.oecd-ilibrary.org/docserver/download/5lgsjhvj74tk.pdf?expires=1387318431&id=id&accname=guest&checksum=8C9F576F95099F1CD85DB2785EEDDDDE>> [Accesat 9 septembrie 2013].
- Yule, G.U., 1919. *An introduction to the theory of statistics*, London: ed. Charles Griffin.