

UNIVERZA NA PRIMORSKEM
FAKULTETA ZA MANAGEMENT KOPER

DIPLOMSKA NALOGA

URESNIČEVANJE POSLANSTVA IN
VIZIJE SKOZI PODPORNE STORITVE

LUCA STANČIČ KODARIN

KOPER, 2009

UNIVERZA NA PRIMORSKEM
FAKULTETA ZA MANAGEMENT KOPER

Diplomska naloga

URESNIČEVANJE POSLANSTVA IN
VIZIJE SKOZI PODPORNE STORITVE

Luca Stančič Kodarin

Koper, 2009

Mentor: mag. Massimo Manzin

POVZETEK

Poslanstvo in vizija sta temelj vsake organizacije, vendar le njun zapis ni dovolj. Ukoreninjena morata biti v samo organizacijo in predvsem v ljudi, ki delujejo v procesih organizacije. Predmet diplomske naloge je raziskava poznavanja poslanstva in vizije ter podpornih storitev Fakultete za management (v nadaljevanju UP FM). Skozi poznavanje in uporabo podpornih storitev lahko ugotavljamo, ali UP FM deluje v skladu z zapisanim poslanstvom in vizijo ter posledično, ali je UP FM kakovosten visokošolski zavod. Teoretičen del naloge je namenjen predstavitvi ključnih pojmov: visokošolski zavod, nepridobitna organizacija, poslanstvo in vizija ter storitve. V empiričnem delu je prikazano poznavanje poslanstva in vizije ter uporaba podpornih storitev med študenti na UP FM.

Ključne besede: nepridobitna organizacija, visokošolski zavod, poslanstvo, vizija, podporne storitve, kakovost.

SUMMARY

The mission and vision are the funding of every organization. They should be incorporated into the very core of the organization and more importantly into the people functioning in the processes of the organization. The aim of the thesis work is to research the general knowledge of the mission, vision and supporting services of the Faculty of Management (further on UP FM). By researching the knowledge and the use of supporting services, we can deduct whether the UP FM is functioning in accordance to its written mission and vision and subsequently conclude whether the UP FM is a high quality institution of higher knowledge. The theoretical part of my thesis aims to define and present the key concepts: higher education, non profit organization, mission, vision and services. In the empirical part I researched the knowledge of the mission and vision as well as the usage of the supporting services among the UP FM students.

Key words: non-profit organization, high education, mission, vision, supporting services, quality

UDK 005.32:378(043.2)

VSEBINA

1	Uvod	1
2	Visokošolski zavod kot nepridobitna organizacija	3
2.1	Visoko šolstvo v Sloveniji	3
2.1.1	Univerze	3
2.1.2	Kakovost visokega šolstva	5
2.2	Nepridobitna organizacija	6
2.3	Pomen poslanstva in vizije	8
2.3.1	Razprava o poslanstvu in viziji	8
2.3.2	Definicija poslanstva in vizije	9
2.3.3	Razlike med poslanstvom in vizijo	9
2.3.4	Zapisati vizijo in poslanstvo	9
2.3.5	Poslanstvo	10
2.3.6	Vizija	12
2.4	Fakulteta za management	13
2.4.1	Univerza na Primorskem	13
2.4.2	Fakulteta za management Koper	14
2.4.3	Kakovost na UP FM	15
2.4.4	Poslanstvo in vizija UP FM	15
3	Storitve	17
3.1	Opredelitev storitvenega sektorja	17
3.2	Opredelitev storitev	17
3.2.1	Primerjava storitev s fizičnimi izdelki	17
3.2.2	Značilnosti storitev	18
3.3	Kakovost storitev	19
3.3.1	Vrste kakovosti storitev	20
3.4	Osnovne in podporne storitve	20
3.4.1	Knjižnica	22
3.4.2	Referat	25
3.4.3	Mednarodna pisarna	25
3.4.4	Ostale podporne storitve	26
4	Raziskava	27
4.1	Opredelitev problema in namena raziskave	27
4.2	Oblikovanje hipotez	27
4.3	Določitev metode zbiranja podatkov	28
4.4	Oblikovanje vprašalnika	28
4.5	Določitev vzorca in načina zbiranja podatkov	29
4.6	Sestava vzorca	29

4.7	Omejitve raziskave	31
4.8	Rezultati raziskave	32
4.8.1	Poslanstvo in vizija	32
4.8.2	Knjižnica	33
4.8.3	Zadovoljstvo s storitvami.....	34
4.8.4	Preverjanje hipotez.....	36
4.9	Ugotovitve raziskave.....	38
5	Sklep.....	41
	Literatura in viri.....	45
	Priloge	47

PONAZORILA

Slika 3.1 Storitveni cvet	21
Slika 4.1 Odstotek anketiranih študentov po programih in načinu študija.....	30
Slika 4.2 Število anketiranih študentov glede na smer in način študija	31
Slika 4.3 Pogostnost obiskovanja knjižnice	33
Slika 4.4 Pogostnost uporabe storitev knjižnice.....	34
Slika 4.5 Zadovoljstvo s storitvami referata in mednarodne pisarne	35
Slika 4.6 Zadovoljstvo z ostalimi storitvami	36

KRAJŠAVE

UP FM	Fakulteta za management Koper
UP	Univerza na Primorskem
Ur. l. RS	Uradni list Republike Slovenije
KT	Kreditne točke
ZVis	Zakon o visokem šolstvu

1 UVOD

Zapisana vizija in poslanstvo sta danes po mnenju mnogih avtorjev, kot so npr. Musek, Wolf, Collins, temelj vsake organizacije. Tudi človek lahko deluje uspešno le, če pozna svoje lastno poslanstvo, ima svoje cilje ter videnje lastne prihodnosti. Prav tako kot vsak posameznik tudi organizacija brez odličnega videnja svojega bistva, ciljev in želja ne more biti uspešna.

V časih, ko doživljamo nenehne in hitre spremembe, samo zavedanje poslanstva in vizije ni dovolj. Poslanstvo in vizija bi morala delovati skupaj z organizacijo, kar pomeni, da bi v skladu z njima morali ravnati tudi vsi udeleženci. Njuno poznavanje in uresničevanje je ključ do uspeha in kakovosti.

Kakovost je ključnega pomena za vsako visokošolsko ustanovo. V Sloveniji imamo na majhnem prostoru veliko število visokošolskih zavodov. Nekateri so si med seboj celo zelo podobni. Zato je pomembno, da Univerza na Primorskem, Fakulteta za management (v nadaljevanju UP FM) velja za uspešno in kakovostno ustanovo. S samim poslanstvom in vizijo so povezane dejavnosti organizacije, v primeru visokošolske ustanove govorimo o storitvah.

UP FM ima zapisano poslanstvo in vizijo, ki jo vodstvo tudi dobro pozna in deluje v skladu z zapisanimi cilji. Vsakoletne raziskave UP FM o zadovoljstvu študentov kažejo, da sta osnovni dejavnosti fakultete, izobraževanje in raziskovanje, skladni z zapisanim poslanstvom in vizijo. Vendar to za kakovost ni dovolj. V času, ko se povečuje konkurenčnost nepridobitnih organizacij, tudi visokih šol v Sloveniji, je nujno, da se vsaka izmed njih trudi biti najboljša.

UP FM nudi poleg osnovnih dejavnosti tudi podporne storitve, ki vplivajo na večjo uspešnost in kakovost institucije oz. njeno delovanje v skladu s poslanstvom in vizijo, seveda če so dobro organizirane in ustrezno in zadostno uporabljane. Podporne storitve UP FM izvajajo: referat, knjižnica, mednarodna pisarna, založba, služba za raziskovalno dejavnost in služba za študijske zadeve. V nalogi bom izpostavila referat, knjižnico in mednarodno pisarno, saj domnevam, da študentje storitve teh služb najpogosteje uporabljajo. Skušala bom ugotoviti, ali res in v kolikšni meri študentje uporabljajo ponujene storitve, da lahko trdimo, da UP FM zares deluje v skladu z zapisanim poslanstvom in vizijo.

V teoretičnem delu diplomske naloge bom predstavila visoko šolstvo v Sloveniji in visokošolske zavode kot nepridobitne organizacije; obrazložila bom pomen poslanstva in vizije za nepridobitno organizacijo ter predstavila pojem storitev in podpornih storitev.

V empiričnem delu bom z raziskavo, ki temelji na anketni metodi, prišla do konkretnih odgovorov na vprašanje glede poznavanja poslanstva in vizije med študenti UP FM ter o uporabi in koriščenju podpornih storitev, ki jih UP FM ponuja. Tako bom

Uvod

lahko potrdila ali zavrnila trditev, da UP FM deluje v skladu z zapisanim poslanstvom in vizijo. Na podlagi ugotovitev raziskave bom lahko sklepala o kakovosti visokošolskega zavoda.

2 VISOKOŠOLSKI ZAVOD KOT NEPRIDOBITNA ORGANIZACIJA

Visokošolske zavode v Sloveniji uvrščamo med nepridobitne organizacije, saj se njihov namen poslovanja ne veže izključno na dobiček. V današnji hitro spreminjajoči se informacijski družbi je znanje ena izmed ključnih vrednot. Zato Slovenija na razmeroma majhnem prostoru ponuja pridobivanje znanja na velikem številu različnih visokošolskih zavodov. Kakovosten visokošolski zavod mora delovati v skladu z zapisanim poslanstvom in vizijo. V poglavju bom predstavila visoko šolstvo v Sloveniji, definirala nepridobitno organizacijo, poudarila pomen poslanstva in vizije ter na kratko predstavila Fakulteto za management Koper.

2.1 Visoko šolstvo v Sloveniji

2.1.1 Univerze

O prvi univerzi na Slovenskem govorimo po razpadu avstro-ogrškega cesarstva, v letu 1919, ko je nastala Univerza v Ljubljani s petimi fakultetami, in sicer: filozofsko, pravno, medicinsko, teološko in tehniško. Šele leta 1975 je bila ustanovljena druga slovenska univerza v Mariboru. Univerzama je primanjkovalo avtonomije, bili sta šibki in nepovezani, fakultete pa so bile močne in neodvisne. Leta 1993 je bil v Sloveniji sprejet nov Zakon o visokem šolstvu (ZVis), ki je vplival na pomembne spremembe, kot sta povečanje avtonomije univerz in visokošolskih zavodov in možnost ustanavljanja zasebnih visokošolskih zavodov. Med pomembna načela štejemo tudi: deregulacijo, javno odgovornost, enake možnosti povezovanja, raziskovanja in poučevanja ter svobodo ustanavljanja javnih in zasebnih visokošolskih institucij (Trunk-Širca 2004, 25).

Zakon o visokem šolstvu je bil do danes večkrat spremenjen in dopolnjen, nazadnje septembra 2006. Danes imamo v Sloveniji tri univerze, in sicer: Univerzo v Ljubljani, Univerzo v Mariboru in Univerzo na Primorskem. Vsi visokošolski zavodi delujejo po načelih avtonomije iz 6. člena ZVis, ki se nanašajo predvsem na svobodo raziskovanja, samostojno urejanje notranje organizacije, volitve visokošolskih učiteljev, podeljevanje strokovnih, akademskih in znanstvenih naslovov, volitve imenovanja in odpoklic organov, odločanje o oblikah sodelovanja z drugimi organizacijami in upravljanje s premoženjem.

Pod visokošolski zavod štejemo vsako univerzo, fakulteto, umetnostno akademijo in strokovni zavod, ki jih ustanovi država ali v primeru visokošolskega zavoda katerokoli druga domača ali tuja fizična ali pravna oseba (9. člen ZVis). Lahko so ustanovljene kot javne ali kot zasebne institucije ali kot katerokoli drugo telo. Šolstvo je pri nas skoraj v celoti financirano iz državnega proračuna (Trunk-Širca 2004, 26). Javni izdatki za formalno izobraževanje v Sloveniji so leta 2007 znašali 5,2 % BDP. Od tega

je bilo 23,46 % sredstev namenjenih terciarnemu izobraževanju (Statistični urad RS 2009).

Univerza je samoupravna skupnost visokošolskih zavodov, ki jo ustanovi država. Univerze so pravne osebe. Imajo pravico do urejanja svoje notranje organiziranosti in delovanja v okviru svojega statuta. Imajo avtonomijo pri odločanju o svoji politiki zaposlovanja in merilih za podeljevanje akademskih nazivov ter pri oblikovanju študijskih programov ob upoštevanju mednarodne primerljivosti (Trunk-Širca 2004, 29). Organi univerze so: rektor, senat, upravni odbor, akademski zbor in študentski svet. Senat imenuje rektorja, ki je strokovni in poslovodni organ univerze in zastopa ter predstavlja univerzo (23. člen ZVis). Ima omejeno centralno moč, vse pomembne odločitve prevzemajo članice univerz (Trunk-Širca 2004, 27). Organi članice univerze pa so: dekan ali direktor (funkciji sta lahko ločeni ali ne, statut določi pristojnosti strokovnega in poslovodnega organa), upravni odbor, akademski zbor in študentski svet (Trunk-Širca 2004, 30).

Visoko šolstvo je pri nas v zadnjih nekaj letih doživljalo velike spremembe. Leta 1998 se je začel bolonjski proces, z letom 2004 smo v Sloveniji sprejeli bolonjske programe. Po bolonjskih reformah se študijski programi delijo na tri stopnje glede na izobrazbo, do katere vodijo. Prva stopnja so visokošolski strokovni študijski programi in univerzitetni študijski programi; na drugi stopnji so magistrski, na tretji pa doktorski študijski programi.

Figel (Figel 2007, 117) našteva naslednje cilje bolonjskega procesa do leta 2010: prosta mobilnost učencev in učiteljev, notranja in zunanja kakovost študija, postavitve uspešnega ogrodja kvalifikacij ter enoten sistem.

Slovensko šolstvo se mora prilagoditi spremembam, ki jih prinašata globalizacija in nova ekonomija, zahtevam za trajnostni razvoj in nastajanju evropskega znanstvenega prostora in povečane konkurenčnosti, seveda na podlagi najpomembnejših mednarodnih dokumentov, ki so:

- Magna Charta Universitatum, podpisana v Bolgini leta 1988 (gre za nerazdružljivost poučevanja in raziskovanja);
- Erfurtska deklaracija iz leta 1996, ki govori o avtonomnosti univerz;
- Lizbonska konvencija o priznavanju kvalifikacij, ki je bila ratificirana leta 1999;
- Sorbonska deklaracija o harmonizaciji evropskega sistema visokega šolstva, sprejeta leta 1998;
- Bolonjska deklaracija iz leta 1999, pri kateri gre za novejšo različico Sorbonske deklaracije in pomeni začetek tesnega sodelovanja v visokem šolstvu Evrope (Trunk-Širca 2004, 12-13);

- Lizbonska strategija (2000) o prilagoditvi sistemov izobraževanja in usposabljanja zahtevam družbe znanja in potrebam zaposlovanja;
- Praški komunike iz leta 2001 o razširitvi ciljev bolonjske deklaracije;
- Izobraževanje in usposabljanje 2010 v Barceloni (2002) o podpori trem strateškim ciljem: izboljšanje kakovosti, univerzalni dostop, odprtost v širše okolje in akcijski načrt za njihovo uresničenje;
- Berlinski komunike leta 2003 o povezanosti evropskega visokošolskega in raziskovalnega prostora ter o vzpostavitvi nacionalnih sistemov kakovosti, uveljavitvi dvostopenjskega študijskega programa in sprejemu sistema primerljivih stopenj;
- Leta 2005 so v Bergenu sprejeli splošno ogrodje kvalifikacij evropskega visokošolskega prostora, ki ga sestavljajo tri študijske stopnje in generični deskriptorji za vsako študijsko stopnjo ter sprejetje standardov in smernic za zagotavljanje kakovosti v evropskem visokošolskem prostoru;
- Londonski komunike leta 2007 ali vzpostavitev registra evropskih agencij za zagotavljanje kakovosti v visokem šolstvu in sprejem strategije Evropski visokošolski prostor v globalnem okolju;
- Leta 2009 v Leuvenu do danes zadnji komunike o socialni razsežnosti, vseživljenjskem učenju, zaposljivosti, poslanstvu visokega šolstva in mednarodni odprtosti (MVZT b. l.).

2.1.2 Kakovost visokega šolstva

V Sloveniji se vzpostavlja sistem za ugotavljanje in zagotavljanje kakovosti visokega šolstva. Svet za evalvacijo npr. skrbi za evalviranje izobraževalnih programov in visokošolskih zavodov. Z evalvacijo pa se ukvarjajo tudi Pedagoški inštitut, Center RS za poklicno izobraževanje, Andragoški center Slovenije in Državni izpitni center. Za zunanjo evalvacijo celotnega sistema skrbi Inšpektorat RS za šolstvo in šport (Šverc et al. ur. 2007, 92).

Sestavni del kakovosti je nadzorovanje in merjenje, standardizacija in preglednost evalviranja (Trunk-Širca 2004, 19). V zadnjih letih je visokošolsko izobraževanje prešlo iz elitnega sistema v množični sistem. Izboljšana je preglednost in dosegljivost podatkov o izobraževalnih ustanovah, tako slovenskih kot tujih. Visokošolski zavodi imajo vedno več avtonomnosti. Tudi vlada ima vedno večje zahteve do visokošolskih zavodov, da prevzemajo več odgovornosti za kakovost in učinkovitost (Trunk-Širca 2004, 19-20).

Samoevalvacija visokošolske institucije je notranji pristop, ki zagotavlja, da se kakovost razvije iz smotrov in ciljev, ki si jih institucija zastavlja. Zunanja evalvacija pa

je v rokah vlade in je uradniška. Ocenjuje se po vnaprej določenih zunanjih standardih, pomembna sta nadzor in odgovornost (Trunk-Širca 2004, 20).

Visokošolski zavodi znotraj univerze ustanovijo lastne sisteme za zagotavljanje kakovosti. Prej omenjena Erfurtska deklaracija o avtonomiji v zvezi s kakovostjo izreka obvezo, naj država spoštuje in varuje akademsko svobodo in akademsko avtonomijo in naj dopušča visokošolskim zavodom spremljanje kakovosti in vzpostavitev lastnih sistemov (Trunk-Širca 2004, 30).

2.2 Nepridobitna organizacija

Pojem nepridobitna organizacija izhaja iz ameriške teorije managementa, definicij zanj pa je veliko. Lahko jih opredelimo kot organizacije, ki lastnikom ne prinašajo dobička. Prepoznamo jih po namenu oz. cilju ustanovitve. Tovrstne organizacije delujejo v javnem interesu, njihov namen je trajno zagotavljati storitev in dobrin, ki so pogoj za uspešno delovanje družbe kot celote, njenih podsistemov in posameznega človeka (Trunk-Širca in Tavčar 1998, 3).

Vendar tudi nepridobitne organizacije lahko ustvarjajo dobiček, ki je hkrati pokazatelj njene uspešnosti. Toda ustvarjeni dobiček v nepridobitni organizaciji ostaja v sami organizaciji, namenjen je njenemu razvoju oz. razvoju njene dejavnosti, pomembni za javnost oz. družbo (Wolf 1999, 19).

Glavne razlike med pridobitno in nepridobitno organizacijo se najbolj kažejo v poslanstvu in smotrih, strategijah, finančnih načrtih, prostovoljstvu in izbiranju managerjev. Nepridobitne organizacije so usmerjene v boljšo kakovost življenja uporabnikov in ne v dobiček. Uspešnost organizacije se meri glede na količino in kakovost storitev, ki jih ponujajo uporabnikom. Strategije so bolj kratkoročne, ker je za nepridobitno organizacijo planiranje na dolgi rok težje. Pridobitne organizacije varčujejo s sredstvi, nepridobitne pa vse potrošijo, ker bi sicer naslednjič prejele manjšo vrednost. V nepridobitni organizaciji imajo interesi večjo vlogo pri izbiranju managerjev. Managerji so velikokrat strokovnjaki, ki niso nujno usposobljeni za management (Trunk-Širca in Tavčar 1998, 9-10).

Nepridobitno organizacijo ustanovijo z namenom, da bi od nje prejemale določene koristi. Tudi nepridobitne organizacije so instrumenti za doseganje smotrov ustanoviteljev, toda smotri nepridobitne organizacije se navadno ločijo od smotrov pridobitne. Smotri podjetja so pridobitni in merljivi v denarju, smotri nepridobitnih organizacij pa niso merljivi v denarju, kar pomeni, da koristi lastnikov niso nujno materialne (Trunk-Širca in Tavčar 1998, 2).

Nepridobitna organizacija deluje v dveh menjalnih razmerjih: interesnih in osnovnih. Interesna menjalna razmerja izhajajo iz interesnega poslanstva. Udeleženci oz. oskrbovalci so npr. državna uprava, darovalci, sponzorji, politiki, veljaki. V

osnovnih menjalnih razmerjih, ki izhajajo iz osnovnega poslanstva organizacije, pa delujejo uporabniki nepridobitne organizacije. To so: člani, volivci, občani, bolniki, starejši, učenci, dijaki, študenti, obiskovalci itd. Dejavnost nepridobitne organizacije je namenjena dvema skupinama udeležencev: tistim, ki so deležni izidov delovanja organizacije v okviru osnovnega poslanstva, in tistim, ki jo oskrbujejo z materialnimi in nematerialnimi sredstvi. V okviru interesnega poslanstva pa ti udeleženci pričakujejo in terjajo tudi koristi zase (Trunk-Širca in Tavčar 1998, 42).

Nepridobitne organizacije delimo na:

- nepridobitne storitvene organizacije,
- organizacije za storitve članom in za zaščito,
- javne organizacije (Trunk-Širca in Tavčar 1998, 5).

Tako bi med nepridobitne storitvene organizacije na primer lahko umestili zasebne visoke šole, med javne organizacije pa javne šole vseh vrst. Fakultete uvrščamo med negospodarske javne službe, ki se organizirajo kot nepridobitne organizacije. Pri nas država oz. lokalne skupnosti za opravljanje dejavnosti vzgoje in izobraževanja, znanosti, kulture, športa, zdravstva, socialnega varstva, invalidskega varstva, socialnega zavarovanja in drugih nepridobitnih dejavnosti ustanavljajo javne zavode (Trunk-Širca in Tavčar 1998, 4).

Tudi nepridobitna organizacija je sistem, ki ima svoje okolje. Sama organizacija je podsistem okolij, v katerih deluje, in ta okolja so njeni zunanji udeleženci. Znotraj organizacije pa ustvarja svoje lastne podsisteme, ki so njeni notranji udeleženci. V zunanje okolje spadajo udeleženci, ki ji dajejo sredstva, in udeleženci, ki ji dajejo legitimnost. Sem prištevamo tudi uporabnike, ki uživajo koristi nepridobitne organizacije, konkurente in kolaborante (Trunk-Širca in Tavčar 1998, 16).

Konkurenca ni nujno zmeraj druga organizacija z istega področja, v primeru fakultete torej druga fakulteta. Kotler drugačno obliko konkurence ponazarja s primerom bolnika, ki meni, da za svojo bolezen ne potrebuje zdravila in jo lahko ozdravi sam (Kotler in Andreasen 1996, 54). V primeru fakultete bi tako lahko trdili, da je konkurenca že to, da se človek odloči, da ne bo študiral in da bo znanje, ki bi ga pridobil na fakulteti, pridobil sam.

Nepridobitna organizacija mora neprestano spremljati uporabnikove poglede, želje in potrebe, ker se ti nenehno spreminjajo. Pomembno je, da vsaka organizacija raziskuje in hitro odkriva spremembe v potrebah potrošnikov ter se jim v najkrajšem možnem času prilagodi (Kotler in Andreasen 1996, 51).

V preteklosti so nepridobitne organizacije čakale na uporabnike. Ti so sami poiskali tisto, ki je imela najboljšo oz. najcenejšo ponudbo. Danes so uporabniki bolj zahtevni, ker imajo zaradi povečane konkurence na voljo več možnosti izbire, zato se je organizacija prisiljena tržno obnašati in prepričevati uporabnike, da so njihove storitve

odlične oz. boljše od drugih. Vsakršno marketinško planiranje se mora začeti z uporabnikom in ne več z organizacijo. Organizacija mora poznati potrebe potencialnih uporabnikov in slediti njihovim hitrim spremembam. Uspešna bo samo taka organizacija, ki najbolje zazna želje potencialnih uporabnikov in jih je sposobna zadovoljiti skozi ponujene storitve, cene in komunikacijo. Ljudje, ki pridejo v stik s tako organizacijo, občutijo veliko mero zadovoljstva in postanejo zanjo najboljša reklama. Njihovo navdušenje in zadovoljstvo se prenašata in tako pritegnejo še več ljudi. Po Kotlerju ni boljšega marketinga, kot so zadovoljni uporabniki (Kotler in Andreasen 1996, 40-43).

Nepridobitna organizacija se mora ves čas boriti za obstoj in se prilagajati hitro spreminjajočemu se toku življenja. Spopadati se mora s konkurenco, pričakovanji uporabnikov, povečanimi stroški, spreminjanjem tehnologije, različnimi načini vodenja, možnostjo zmanjšanja podpore države ali vlagateljev itd. (Wolf 1999, 314).

Tudi nepridobitna organizacija mora imeti svoj sistem evalvacije. Pomembno je, da zazna in identificira področja, ki ji predstavljajo priložnosti za izboljšanje. Ločiti mora med različnimi problemi in težavami, s katerimi se spoprijema. Proces ugotavljanja mora trajati skozi celotno obdobje obstoja, saj bo organizacija le tako lahko napredovala in rasla skozi čas (Wolf 1999, 346).

2.3 Pomen poslanstva in vizije

Musek definira podjetje kot zapleten organizem, v katerega ljudje prinašajo različne vrednote, življenjske zgodbe, motive in pričakovanja. Večje ko je podjetje, bolj zapleten je njegov organizem. Da je organizacija lahko uspešna, morajo ljudje v njej in podsistemi organizma razumeti skupni namen celote. Prav tako mora podjetje dobro poznati ljudi in podsisteme (Musek Lešnik 2007, 14).

2.3.1 Razprava o poslanstvu in viziji

Razprava podjetja o poslanstvu, viziji in njegovih vrednotah je pomemben razvojni mehanizem podjetja. Spodbuja učinkovito upravljanje, usmerja k višji kakovosti, določa ravnanje podjetja in vsakega posameznika. Podpira in dopolnjuje pomembne funkcije v podjetju, kot so vodenje, strateško načrtovanje itd. Musek pravi, da se podjetju ne da »vsiliti« poslanstva, vrednot in vizije, če se ljudje v organizaciji z njimi ne poistovetijo. Prav tako si podjetje poslanstva, vizije in vrednot ne more »sposoditi« od druge organizacije (Musek Lešnik 2007, 15).

Razmišljanje o vsebinskih vprašanih podjetja je proces, ki razjasni mnoga skrita in odprta vprašanja v podjetju, hkrati pa ljudem vliva občutek pripadnosti in zvestobe, viša njihovo zadovoljstvo in sproži pozitivne rezultate. Samo razmišljanje ne bo odpravilo

težav v podjetju, bo pa pripomoglo k dvigu kakovosti in učinkovitosti ter k razčlenitvi vlog posameznikov v podjetju.

Razprava o identiteti in prihodnosti podjetja in uresničevanje razprave je proces, v katerem podjetje razpravlja, razmišlja, se sooča in upošteva različna mnenja, spoštuje udeležence procesa, se odloča in pride do skupnih pojmovanj, višje stopnje kvalitete dela in večjega navdiha pri svojih ljudeh (Musek Lešnik 2007, 18-19).

2.3.2 Definicija poslanstva in vizije

Musek Lešnik (2003, 169) definira poslanstvo kot opredelitev, kaj podjetje je in kaj in zakaj počne; poslanstvo postavlja torej okvire njegovega delovanja in opredeljuje odgovornost podjetja do zaposlenih, vodstva, lastnikov, ustanoviteljev, uporabnikov in družbe. Poslanstvo mora spremljati uresničljiva vizija, ki daje jasen občutek in videnje. O'Hallaron pravi, da poslanstvo opredeljuje temeljne smotre organizacije, ki so skupek najpomembnejših ciljev, ki jih ne moremo ne časovno ne količinsko izmeriti (O'Hallaron in O'Hallaron 2000, 25).

Po Musku Lešniku (2007, 26-28) je vizija nekakšen posplošen opis zelene prihodnosti, toda ne sme biti idealizirana, neuresničljiva in neizvedljiva. Pri dobri viziji ne gre le za stanje podjetja v prihodnosti, ampak vizija postane tudi ključen element motivacije in vzbudi ustvarjalne potenciale podjetja v sedanosti. Delovanje podjetja brez vizije lahko postane gibanje brez usmeritve in učinkovite rabe razpoložljive energije.

2.3.3 Razlike med poslanstvom in vizijo

Poslanstvo in vizija morata delovati vzajemno, da vplivata na pozitivne rezultate. Največja razlika med poslanstvom in vizijo je ta, da se poslanstvo osredotoča na namen podjetja (njegove člane, uporabnike, vodstvo, vlogo v skupnosti, tehnologijo in metode), pri viziji pa gre za večdimenzionalno podobo podjetja v prihodnosti. Tudi namen je različen: poslanstvo začrta jasne meje, vizija pa navdihuje in motivira (Musek Lešnik 2007, 29).

2.3.4 Zapisati vizijo in poslanstvo

»Izjave o poslanstvu, vrednotah in viziji so pisne opredelitve značilnosti, ciljev in temeljnih načel podjetja (kaj, zakaj, kako in za koga počne), ki povzemajo želje in pričakovanja podjetja glede trenutne stvarnosti in prihodnosti,« zapiše Musek Lešnik (2007, 55). Namenjene so vsem fizičnim in pravnim osebam, ki imajo kakršenkoli

odnos s podjetjem. Podjetje jih na ta način seznanja s svojo podobo, nameni in značilnostmi. Zapisovati jih je potrebno zaradi naslednjih pomembnih razlogov:

- posamezniki si lahko vsak po svoje interpretirajo samo razpravo zaradi različnih izkušenj, interesov in percepcije;
- človeški spomin je selektiven in sčasoma zbledi;
- v stik s podjetjem prihajajo vedno novi ljudje, ki ni nujno, da so ali bodo sodelovali v razpravi.

Danes so zapisi vizije, poslanstva in vrednot v večinoma dostopni, največkrat jih najdemo na spletnih straneh podjetij. Zapisane informacije so pripomoček, ki ljudem olajša odločanje, jim pomaga postati in ostati del podjetja in razviti oz. ohraniti odnos z njim.

Zapisano besedilo naj bi torej uspešno izražalo skupne vrednote, prepričanja o tem, kaj in kako podjetje počne in bo počelo. Tako besedilo lahko postane pomembno vodilo dejanj in ravnanj podjetja in njegovih ljudi in temelj prihodnje učinkovitosti in uspešnosti (Musek Lešnik 2007, 57). Temu pritrjuje tudi Collins (Collins in Porras 1999, 229), ko pravi, da je najpomembneje, da poslanstvo in vizija vzbujata navdih v ljudeh znotraj podjetja. Predvsem zaposleni znotraj organizacije se morajo poistovetiti z vrednotami in namenom organizacije, saj ravno to zagotavlja njen uspeh v prihodnje.

Vendar pa sam zapis poslanstva in vizije še ne zagotavlja uspešnosti organizacije. Organizacija mora znati živeti svoje poslanstvo in uresničevati svojo vizijo, zato je pomembno, da jo vsi udeleženci začutijo. Collins pravi, da ni toliko pomemben zapis popolne izjave o poslanstvu in viziji, pač pa je treba doseči globlje razumevanje temeljne ideologije organizacije (Collins in Porras 1999, 231).

2.3.5 Poslanstvo

Ko govorimo o poslanstvu, govorimo o smislu obstoja. Poslanstvo se tako dotika vsakega posameznika. Vsi se sprašujemo o tem, kdo smo, o našem smislu in naših ciljih v življenju. Zato je nujno, da o tem razmišlja tudi vsaka organizacija.

Kdo je organizacija, zakaj obstaja, kaj počne in komu služi, so vprašanja, ki si jih ne zastavljajo samo ljudje v organizaciji, ampak tudi vsi, ki pridejo v stik z organizacijo. Ko organizacija išče odgovore na ta vprašanja, razmišlja o svojem poslanstvu. Ko nanje odgovori, začne sporočati svoje poslanstvo znotraj sebe in navzven (Musek 2003, 169).

Poslanstvo se torej nanaša na vprašanja o obstoju, zadovoljevanju potreb, ciljih, namenih, ključnih uporabnikih. Prav tako se dotika vprašanja o načelih in prepričanjih, ki vodijo organizacijo in njene člane. Poslanstvo naj bi se dopolnjevalo z vizijo in z vrednotami organizacije (Musek Lešnik 2003, 171).

Poslanstvo je del ideologije organizacije. Temeljno poslanstvo lahko ostaja dolga leta nespremenjeno ali pa se mora zaradi pomembnih sprememb v okolju vsakih nekaj let spreminjati in prilagajati (Musek Lešnik 2003, 173).

Tudi Woolf (1999, 23) razlaga poslanstvo kot zapisano besedilo, ki zajema aktivnosti, ki jih organizacija uspešno opravlja. Poslanstvo mora vsebovati specifične usmeritve o poteh, ki jim organizacija mora slediti glede na njene programe, storitve in aktivnosti. Poslanstvo se lahko delno spreminja ali dopolnjuje skozi čas in novosti.

Prek izjave o poslanstvu organizacija sporoča svoje bistvo notranji in zunanji javnosti. Notranji javnosti daje občutek stabilnosti in jasne identitete. Zaposlenim daje smernice za načrtovanje in vrednotenje svojih ravnanj. Zunanja javnost so njeni nekdanji, sedanji in bodoči uporabniki, ustanovitelji in še druge osebe, ki pa jim izjava omogoča prepoznati, kaj in kako počne organizacija. Daje jim tudi možnost oceniti, ali se poslanstvo organizacije ujema z njihovimi vrednotami in prepričanji, in jim na podlagi tega pomaga izbrati način, kako naj se z njo povežejo, če si tega želijo (Musek Lešnik 2003, 173-175).

Danes, v času dinamičnih sprememb v okolju in organizacijah, je tudi za nepridobitne organizacije, ki so del močno centraliziranega okolja (v to okolje vključujemo tudi visokošolske zavode), nujno, da razpravljajo o poslanstvu (Musek Lešnik 2003, 175). Kar pa ni vedno enostavno. Wolf (1999, 20) pravi, da nepridobitne organizacije težko identificirajo svoje poslanstvo, namene in merila, s katerimi naj bi merile svoj uspeh. Za nepridobitno organizacijo je tako pravi izziv ubesediti jasno in javno poslanstvo. Še težje pa je zastaviti poslanstvo v smeri, da bo organizacija dejansko lahko ocenjevala in merila svoj uspeh ter obdržala poslanstvo skozi čas.

Če obstaja v organizaciji občutek poslanstva, lahko ta in njeni zaposleni jasneje vidijo, kaj vse bi lahko dosegli, če bi razširili svoja trenutna obzorja in prizadevanja, to pa vpliva na zmožnost prilagajanja razmeram hitro spreminjajočega se sveta (Musek Lešnik 2003, 177).

Izjava o poslanstvu

Musek ugotavlja, da z izjavo o poslanstvu organizacija izrazi svojo identiteto in pokaže svoje podobnosti in razlike z drugimi organizacijami (Musek Lešnik 2003, 177). Izjave o poslanstvu prav tako postajajo eno izmed najbolj razširjenih orodij vodenja tako v poslovnem svetu kot v svetu nepridobitnih organizacij. Izjava igra tudi pomembno vlogo pri trženju organizacije, saj ljudem olajša presojo, ali želijo biti del organizacije ali ne (Musek Lešnik 2003, 179).

Izjava o poslanstvu je prvi korak k uspešnemu in učinkovitemu strateškemu načrtovanju v organizaciji. Le z jasno opredeljenim poslanstvom in namenom je

organizacija sposobna doseči jasne in realne delovne uspehe in cilje (Musek Lešnik 2003, 183).

Treba je tudi ugotoviti, v katerem trenutku poslanstvo ni več primerno oz. kdaj ga podobne organizacije dosejajo bolj učinkovito. Nepridobitne organizacije bi zato morale večkrat opraviti preizkus oz. preveriti svoje poslanstvo. Test je težko izvedljiv, ker so merila zelo relativna in subjektivna. Pri nepridobitni organizaciji ne gre za določen in merljiv kriterij, s katerim merimo uspešnost. Težko je tudi napovedati zunanje vplive in pritiske na reorganizacijo (Wolf 1999, 35-36).

2.3.6 Vizija

Učinkovite in ustvarjalne organizacije imajo jasno predstavo o tem, kaj želijo ustvariti, kakšni so njihovi osnovni nameni in katere so njihove vrednote. Poslanstvo in vrednote določajo identiteto in ideologijo organizacije. Povejo nam, zakaj organizacija obstaja, s čim se ukvarja in kaj jo vodi. Vizija pa je »miselna predstava, ki vodi k stvarnemu prihodnjemu uspehu.« Opredelimo jo lahko kot privlačno predstavo oz. podobo, ki je usmerjena v prihodnost in nam daje usmeritve in cilje. Organizacija jo lahko doseže, če zagnano sledi svojim željam, vrednotam in poslanstvu (Musek Lešnik 2003, 247).

Tudi Collins ugotavlja, da so poslanstvo, vrednote in vizija medsebojno povezani. Meni, da uspešna organizacija potrebuje vizijo, ki je sestavljena iz dveh delov: iz temeljne ideologije organizacije ter iz zelene prihodnosti. Učinkovita vizija torej temelji na povezavi in vzajemnosti med ideologijo in videnjem prihodnosti. Vizija ponazarja, za kaj se organizacija zavzema, zakaj obstaja (ideologija organizacije) in kaj si organizacija želi postati, doseči in ustvariti (Collins in Porras 1999, 221).

Ideologija organizacije je njena identiteta. Collins jo deli na temeljne vrednote in na namen oz. poslanstvo organizacije. Temeljne vrednote se razlikujejo od organizacije do organizacije. Določene morajo biti tako, da se ob spremembi na trgu ta spreminja zaradi njih in ne one zaradi njega. Namen organizacije ali njeno poslanstvo pa je težje identificirati kot vrednote. Gre za globlji razlog obstoja, ki se veže predvsem na ljudi in njihovo vlogo v organizaciji. Collins pravi, da se organizacija vedno trudi doseči svoj namen, vendar ga dejansko nikoli ne doseže. Toda pomembno je, da namen vpliva na spremembe (Collins in Porras 1999, 221-224).

Zakaj organizacije potrebujejo vizijo?

Uspeh organizacije je odvisen od ustvarjalnosti, navdušenja in učinkovitosti strokovnega dela njenih zaposlenih. Vabljava in privlačna vizija uresničljive prihodnosti organizacije predstavlja motivacijo zaposlenih in tako močno vpliva na uspešnost organizacije. Vizija organizaciji omogoči razvijati spretnosti za učinkovito odgovarjanje

na izzive in jo usposablja, da tudi sama vpliva na spremembe v okolju in ustvarja sebi primerne okoliščine (Musek Lešnik 2003, 253).

Posledice, ki jih sproži ustvarjanje vizije v organizaciji:

- večji občutek predanosti pri ljudeh in povečana količina energije;
- osmišljanje dela;
- utemeljevanje standardov uspešnosti;
- most med sedanostjo in prihodnostjo.

Musek trdi, da bodo v prihodnosti uspešne tiste organizacije, ki bodo znale najbolj jasno in učinkovito gledati naprej (Musek Lešnik 2003, 253-254).

Za dolgoročen uspeh organizacije je vizija nujno potrebna, saj razprava o viziji omogoča proaktivno načrtovanje prihodnjih dogodkov. Vizija mora biti jasna, kar pomeni, da mora dajati jasne usmeritve, vzbujati ambicije in vznemirjenje v ljudeh, mora biti lahka, da si jo ljudje hitro zapomnijo, mora vsebovati učinek motiviranja, mora nagovarjati zaposlene in uporabnike in mora biti pretvorljiva v strateške cilje (Musek Lešnik 2003, 263-265).

Učinkovita vizija se poleg razuma dotakne tudi čustev ljudi v podjetju. V njih vzbudi občutek, da so del nečesa pomembnega in da so sposobni doseči zapisano videnje prihodnosti. Mora se tudi spreminjati, ker lahko sicer začne ovirati razvoj podjetja. Vizija namreč lahko zastari zaradi sprememb okolja, sprememb znotraj podjetja, tržišča, sprememb v željah potrošnikov, uporabnikov itd. Podjetje mora neprestano spremljati in analizirati te spremembe, da ve, kdaj je čas za prenovu vizije (Musek Lešnik 2007, 81).

2.4 Fakulteta za management

2.4.1 Univerza na Primorskem

Primorska si je dolgo prizadevala za nastanek lastne univerze. Prve pobude tako segajo že v leto 1992, ko je bila narejena študija razvoja visokega šolstva na Obali. Pravne podlage in spodbudo k razvoju visokega šolstva je prinesla ustanovitev Visokošolskega središča v Kopru leta 1996. Takrat je nastalo tudi Znanstveno-raziskovalno središče RS z namenom, da postane sredstvo in vir intelektualnega potenciala za Univerzo na Primorskem (UP). Univerzo na Primorskem je Državni zbor RS ustanovil 29. januarja 2003. Dva meseca kasneje je bila vpisana v sodni register in tako postala pravna oseba. Ob nastanku so bile njene članice tri fakultete, dve visoki šoli in dva raziskovalna zavoda. UP se je kmalu vključila v delovanje lokalnega in slovenskega prostora, v telesa strateških državnih politik, v dejavnosti rektorske

konference in navezala ustvarjalen odnos s študentsko organizacijo (Čok, Žitko in Murai b. l.).

Sistem zagotavljanja kakovosti so univerze prevzele iz poslovnega sveta. V zadnjem desetletju so pojme in koncepte kakovosti razvile in jih prilagodile tako, da ustrezajo potrebam institucij, katerih temeljni dejavnosti sta izobraževanje in raziskovanje. Pri tem procesu je zelo pomagala EUA (Evropska zveza univerz). EUA pri opredelitvi kakovosti izhaja iz ciljev in poslanstva univerze, ki ju ta udejanja s pomočjo jasne strategije. Pri doseganju ciljev je instituciji v pomoč sistem spremljanja in zagotavljanja kakovosti, s katerim lahko preverja dosežene rezultate in ki jo opozarja na nujne spremembe, ki jih mora uvesti za doseg zastavljenih ciljev. UP se s svojimi programi že aktivno vključuje v mednarodni visokošolski prostor (UP b. l.).

2.4.2 Fakulteta za management Koper

UP FM je bila ustanovljena leta 1995 kot Visoka šola za management, in sicer kot zasebni zavod. Njene ustanoviteljice so bile Območna gospodarska zbornica v Kopru ter Občine Piran, Izola in Koper. Ustanovljena je bila kot visoka strokovna šola in njena temeljna dejavnost je bila izobraževanje. Leta 1996 je šola začela izvajati triletni dodiplomski program Management. Leta 1999 je začela s prvim podiplomskim programom Management v izobraževanju. Leta 2001 je začela izvajati še en podiplomski program Management v evropskem okolju. Isto leto je odprla tudi Inštitut za raziskovanje v managementu. Šola je že od začetka sodelovala v mednarodnih projektih in dvostranskih sporazumih o sodelovanju. Hitro se je začela mednarodno udeleževati. Ker je bila zelo fleksibilna, je med prvimi v Sloveniji uvajala novosti v visokošolskem prostoru; med prvimi je npr. uvedla prilogo k diplomi, hitro razvijala lasten visokošolski informacijski sistem, prilagodila študijske programe kreditnemu sistemu itd. Novembra 2002 se je preoblikovala v fakulteto in marca 2003 postala članica Univerze na Primorskem (Trunk-Širca 2004, 33).

Leta 1996 je vpisala prvo generacijo študentov. Zaradi povečanega zanimanja za izredni študij je Visoka šola za management odprla nove enote, in sicer v Mariboru, Škofja Loka, Novi Gorici in Celju. UP FM je vedno iskala priložnosti za pridobivanje in ohranjanje tesnih odnosov s študenti. V ta namen je organizirala brucovanje, absolventski ples, svečano podelitev diplom, od leta 2002 tudi športna srečanja in od leta 2004 študentske konference. Ob začetku študijskega leta je študentom podeljevala majice, torbe in kemične svinčnike z logotipom fakultete. Uvajala je seminar za bruce in dodatne vaje za predmete s slabšimi rezultati (Trunk-Širca 2004, 34). V letnem poročilu UP FM za leto 2008 je zabeleženo, da redni študentje iz programa pred 11. 6. 2004 diplomirajo v povprečju v 5,8 letih, izredni pa v 6,8. Po visokošolskem prvostopenjskem programu po 11. 6. 2004 tako redni kot izredni študenti zaključijo

študij v povprečno treh letih. Za univerzitetni prvostopenjski program podatki še niso dostopni (UP FM 2009).

V študijskem letu 2005/06 je UP FM kot ena izmed prvih petih slovenskih fakultet uvedla in pričela izvajati bolonjski program (Trunk-Širca 2004, 35).

Fakulteta izobražuje in raziskuje na področjih družboslovnih in poslovno-upravnih ved s poudarkom na managementu, ki interdisciplinarno povezuje ekonomske, poslovne, pravne, organizacijske in vedenjske vede (UP FM b. l. a.). Na fakulteti se izvajajo dodiplomski in podiplomski študijski programi. Med podiplomske štejemo študijske programe, ki so akreditirani po ZVis iz leta 1999, in sicer specialistični, magistrski in doktorski programi.

Do danes je na fakulteti diplomiralo že več kot 2500 študentov, trenutno pa je v izobraževalne programe vključenih okoli 2000 dodiplomskih in 1000 podiplomskih študentov (UP FM b. l. a.).

Na fakulteti je enajst kateder, v katerih deluje 84 visokošolskih učiteljev, sodelavcev in raziskovalcev. Poleg njih UP FM zaposluje še 42 strokovno-tehničnih sodelavcev in administrativnih sodelavcev (UP FM b. l. a.).

2.4.3 Kakovost na UP FM

UP FM skrbi za kakovost že od samega nastanka. Vsako leto izda dve publikaciji, ki tvorita samoevalvacijsko poročilo: Organizacija ter izvedba in razvoj izobraževalne dejavnosti in Znanstveno-raziskovalno in razvojno delo. Uspešnost izobraževalnega procesa med drugim ugotavljajo z analizo povprečnega števila pristopov k izpitu in povprečno oceno. S pomočjo anketnih vprašalnikov ugotavlja zadovoljstvo različnih skupin udeležencev. Skrb za kakovost UP FM udejanja preko centra UP FM za kakovost in evalvacijo. Izjemno aktiven je tudi Center za svetovanje študentom pri študijskem in poklicnem razvoju, ki študentom ponuja različne tečaje in delavnice (UP FM b. l. b.).

2.4.4 Poslanstvo in vizija UP FM

UP FM ima svoje poslanstvo in vizijo objavljeno na spletni strani <http://www.fm-kp.si/>. Njeno poslanstvo je izraženo v zapisu:

»UP Fakulteta za management Koper je visokošolski zavod, v okviru katerega raziskujemo, izobražujemo in svetujemo na področju družboslovja s poudarkom na managementu, ki interdisciplinarno povezuje ekonomske, poslovne, pravne, organizacijske in vedenjske vede. Na osnovi lastnih in tujih raziskovalnih dosežkov razvijamo dodiplomske in podiplomske študijske programe ter programe za izpopolnjevanje s področja managementa. Pri izvajanju teh programov upoštevamo

koncept vseživljenjskega učenja. V sodelovanju z gospodarstvom in drugimi organizacijami v javnem in zasebnem sektorju izobražujemo strokovnjake in vrhunske znanstvenike, ki so sposobni z učinkovitim in uspešnim managementom organizacij zagotavljati trajnostni razvoj družbe.«

Vizija UP FM pa predstavlja željo, da bi postala članica skupine najbolj kakovostnih evropskih poslovnih šol, s prepoznavnim vplivom na uspešnost gospodarstva in širšega družbeno-ekonomskega okolja v prostoru Srednje in Jugovzhodne Evrope ter Sredozemlja (UP FM 2009).

3 STORITVE

3.1 Opredelitev storitvenega sektorja

Gospodarstva razvitega sveta čedalje bolj temeljijo na storitvah. Po 2. svetovni vojni se je kmetijski in industrijski sektor občutno skrčil, storitveni pa se je močno razvil in postaja dominanten gospodarski sektor razvitih držav. Ustvarja več kot 60 % BDP in zaposluje več kot dve tretjini vseh zaposlenih (Potočnik 2000, 12).

Po Fisherju in Clarku lahko gospodarske aktivnosti oz. storitve delimo na: transportne, komunikacijske, trgovinske, finančne, profesionalne, storitve državne uprave, storitve povezane z zabavo, storitve na področju športa in storitve na domu (Snoj 1998, 3). Browning in Sigerman delita storitve v štiri osnovne skupine: storitve za proizvodnjo, distribucijske storitve, socialne storitve (kamor sodi tudi šolstvo in izobraževanje) in osebne storitve (Snoj 1998, 3). Ravno storitve, ki so povezane z zdravjem, izobraževanjem, vzgojo in varnostjo, postajajo nepogrešljive za človekovo preživetje (Snoj 1998, 4).

Danes torej živimo v storitveni družbi, ki jo lahko imenujemo tudi informacijska ali postindustrijska družba, saj temelji na storitvah in informacijah. Velik pomen pripisujemo kakovosti življenja, predvsem zdravju in izobraževanju. Eden izmed najpomembnejših faktorjev kakovostnega življenja pa je intelektualno in strokovno znanje (Snoj 1998, 4).

3.2 Opredelitev storitev

Različni avtorji storitve različno definirajo. Kotler tako pravi, da je storitev aktivnost ali korist, ki jo ena stranka lahko ponudi drugi; je nedotakljiva in ne predstavlja lastništva. Njena proizvodnja je lahko ali pa ne vezana na fizični izdelek (Kotler in Andreasen 1996, 376).

Pojem storitev se veže na dejanja, akcije, obnašanje. Snoj povzema, da so storitve interakcije med ljudmi. Gre za akcije, ki jih izvaja oseba ali več oseb v korist druge osebe ali več drugih oseb. Storitve lahko opredelimo tudi kot dejanja posameznika, ki vplivajo na uresničevanje ciljev. Njihova osnovna značilnost je aktivnost oz. procesi (Snoj 1998, 32).

3.2.1 Primerjava storitev s fizičnimi izdelki

Storitve se bistveno razlikujejo od snovnih izdelkov, kar je razvidno že iz same definicije storitev. Med glavne razlike štejemo:

- nesnovnost;

- povzročanje sprememb v ljudeh;
- kakovost lahko izmeri le uporabnik sam;
- narava izdelka (storitev je dejanje, izdelek je sredstvo);
- metode proizvodnje (uporabnika ni mogoče izključiti iz procesa);
- zaloge (storitev ni mogoče skladiščiti);
- kanali fizične distribucije (pri večini storitev jih ni);
- elektronski distribucijski kanali (storitve, ki se vežejo na izobraževanje, zabavo, informiranje, je moč distribuirati s telekomunikacijami);
- težje oblikovanje cene pri storitvah (Snoj 1998, 33).

Fizične izdelke proizvodimo, storitve pa izvajamo. Bistvo razlik je v odjemalčevem dojemanju in zaznavanju. Pri fizičnih izdelkih je odjemalec usmerjen v izid procesov, v samo proizvodnjo in v končne izdelke. Pri storitvah pa zaznava samo dejanje in aktivnost spreminjanja (Snoj 1998, 34).

3.2.2 Značilnosti storitev

Kotler med glavne lastnosti storitev uvršča: nedotakljivost, neločljivost od izvajalca, spremenljive karakteristike, možnost propada, odvisnost od vpletenosti uporabnika v proizvodnjo (Kotler in Andreasen 1996, 376).

Nedotakljivost: storitev ne moremo videti, poskusiti, začutiti, slišati, zavohati, preden jih ne kupimo. Nakup se navadno zgodi, ker zaupamo ponudniku ali ker si enostavno želimo storitve. Študentje ne morejo vedeti, ali bodo predavanja zanimiva ali ne, dokler jih ne slišijo.

Neločljivost: storitev je neločljiva od vira, ki jo proizvaja. Stroj ali oseba, ki jo proizvaja, torej njen proizvajalec, mora biti prisoten ob nakupu same storitve. Proizvodnja in potrošnja delujeta vzajemno. Predavanja tako na primer ne bi mogla potekati brez predavatelja.

Spremenljivost/nestalnost: storitev je tesno povezana s svojim izvorom in je zato odvisna od izvajalca in od časa, v katerem je izvajana. Predavanje je tako odvisno od izvajalca oz. profesorja, ki predava snov.

Lahko propade: storitve ne moremo skladiščiti. Če študent zamudi na predavanje, ga enostavno ne sliši in ne pozna.

Vpletenost uporabnika: veliko storitev vključuje uporabnika kot ključni del izvedbe same storitve. Uporabnik igra glavno vlogo pri kvaliteti izvedbe. Za dokončanje študija mora tako študent napisati diplomsko nalogo in šele po tem prejme potrdilo o uspešnem zaključku šolanja. Od njega samega je odvisno njegovo povprečje, torej njegov uspeh (Kotler in Andreasen 1996, 378).

Snoj deli značilnosti storitev na generične in izvedene. Med generične uvršča:

- procesnost,
- neotipljivost in
- neobstojnost.

Med izvedene pa:

- nezmožnost izvajanja,
- neločljivost od izvajalca,
- sočasnost izvajanja in uporabe,
- neposrednost odnosa med izvajalci in uporabniki,
- prepletanje proizvodnje in marketinga,
- participiranje uporabnikov v izvajanju in
- variabilnost (Snoj 1998, 36).

Večina avtorjev meni, da je osnovna značilnost storitev njihova nesnovnost, Snoj pa zagovarja procesnost kot temeljno lastnost storitev, ker naj bi ta bila vzrok za vse ostale značilnosti. V primeru storitve naj bi bil izdelek ravno proces. Procesi so za storitve to, kar so surovine za fizične izdelke (Snoj 1998, 36).

Z vidika koncepta neotipljivosti tako ločimo dve skupini procesov: procesi, ki postajajo otipljivi, ki jih zaznavamo, ko se dogajajo, in procesi, ki jih ne zaznavamo. Storitve uvrščamo v prvo vrsto procesov; obstajajo v treh stanjih: v potencialnem, dejanskem in v svojih rezultatih (Snoj 1998, 38). Kotler pravi, da so storitve neotipljive, ker jih ne moremo videti, se jih dotakniti, jih občutiti. Vendar mu Snoj oporeka, da je taka členitev le delno pravilna, saj storitve v svojem dogajanju dejansko postanejo otipljive oz. dotakljive. »Osnavljanje« je mogoče prek različnih posrednikov: ljudi, fizičnih izdelkov itd. (Snoj 1998, 38).

3.3 Kakovost storitev

Katera storitev je kakovostna? Je to storitev, pri kateri koristi, ki jih zazna odjemalec oz. uporabnik, presegajo koristi, ki jih je pričakoval? (Trunk-Širca in Tavčar 1998, 55).

Pri opredeljevanju kakovosti je treba upoštevati zorni kot odjemalcev, saj so ti največkrat vpleteni v samo načrtovanje in izvedbo storitve. Kakovost je zmes objektivnega oz. »trdega« in subjektivnega ali »mehkega« zaznavanja odjemalcev (Snoj 1998, 158).

Zadovoljstvo odjemalcev je emocionalna reakcija odjemalcev na izkušnjo v zvezi s storitvijo. Zadovoljstvo je pokazatelj kakovosti storitev, je legitimna ocena kakovosti. Opredeljevanje kakovosti s strani odjemalcev pa je zahtevno, saj se, čeprav razumejo kakovost in njen pomen, težko opredelijo. Raziskave kažejo, da tudi zaposleni v

organizaciji, ki dejansko ponujajo storitve, težko razložijo, kaj je kakovost (Snoj 1998, 159).

Kakovosti naj ne bi merili po tem, kako drage in obsežne so storitve. Pri kakovosti ne gre zgolj za količinski vidik ravni storitev, ampak za celovito merilo tega, kako dobre storitve v vseh svojih razsežnostih dosegajo ali celo presegajo pričakovanja odjemalcev (Snoj 1998, 159-160).

Meriti kakovost storitev je vsekakor težje kot meriti kakovost fizičnih izdelkov. Lažje je specificirati na osnovi objektivnih in merljivih velikosti, kot so npr. dolžina, teža, trdota, frekvenca, trajanje itd. Na osnovi teh podatkov lahko oblikujemo standarde in postopke nadzora. Težje je v standarde spremeniti odličnost, prijaznost, zadovoljstvo, itd. Celotna kakovost je subjektivna in objektivna. Storitvena organizacija mora upoštevati, da odjemalci zaznavajo njene storitve kot izrazne celote njenih vrednot, vlaganj in kreativnosti. Storitve morajo biti izvedene tako, da vplivajo na ohranitev oz. na povečanje zadovoljstva odjemalcev z vidika njihovega sistema vrednot, pričakovanj, emocij, zaznav (Snoj 1998, 160).

3.3.1 Vrste kakovosti storitev

Kakovost lahko delimo glede na več meril. Glede na absolutnost delimo kakovost na objektivno in subjektivno. Objektivna je racionalna. Gre za merljivo odličnost pojava dogajanja v primerjavi z določenim standardom. Subjektivna je odjemalčeva ocena odličnosti storitve, je izid človeške reakcije na pojav. Pravimo ji tudi zaznavna in se razlikuje od človeka do človeka (Snoj 1998, 160-161).

Glede na možnost vrednotenja značilnosti storitev lahko kakovost razdelimo na kognitivno in afektivno. Pri kognitivni ali zaznavni gre za ovrednotenje kakovosti pred koriščenjem same storitve. Afektivna ali čustvena pa ovrednoti kakovost po uporabi (Snoj 1998, 161).

Kakovost lahko delimo tudi glede na čas, in sicer na: procesno kakovost, ki se dogaja med samim izvajanjem, in na končno kakovost ali kakovost po izvajanju (Snoj 1998, 161).

Merjenje kakovosti igra ključno vlogo v organizaciji, ker daje povratne informacije o značilnostih zaznavanja kakovosti storitev s strani odjemalcev (Snoj 1998, 167).

3.4 Osnovne in podporne storitve

Sama storitev je sestavljena iz:

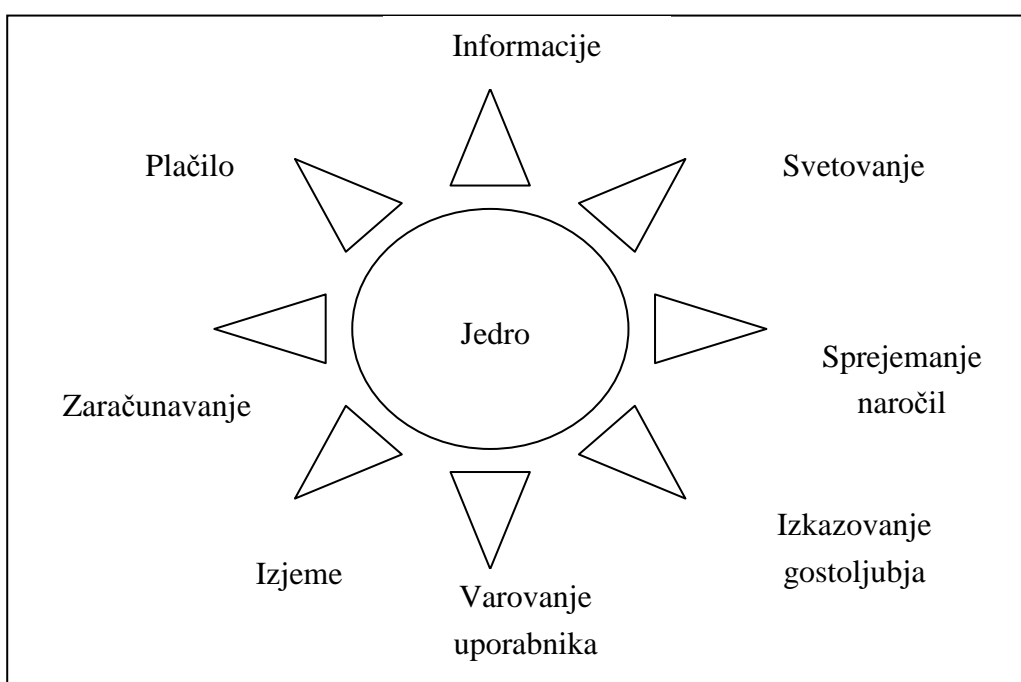
- temeljne ali osnovne storitve
- in pomožnih ali dodatnih storitev.

Dodatne ali podporne storitve prispevajo k večji kakovosti osnovne storitve. Med seboj so vzročno-posledično povezane in skupaj s temeljno ali osnovno sestavljajo razširjeno storitev (Potočnik 2000, 40).

Vsako od dodatnih storitev lahko razvrstimo med lističe storitvenega cveta. Storitveni cvet je sestavljen iz osmih skupin dodatnih storitev, ki izhajajo iz skupnega jedra, torej osnovne storitve (Lovelock in Wright 2002, 143). Med dodatne storitve tako štejemo: informacije, svetovanje, sprejemanje naročil, gostoljubje, varovanje, zaračunavanje, plačilo in izjeme. Vseh osem storitev pa lahko razdelimo v dve skupini, in sicer na:

- podporne storitve in
- storitve, ki ustvarjajo dodatno vrednost.

Slika 3.1 Storitveni cvet



*V originalu: core (jedro), information (informiranje), consultation (svetovanje), order taking (sprejemanje naročil), hospitality (izkazovanje gostoljubja), safekeeping (varovanje uporabnika), exceptions (izjeme), billing (zaračunavanje), payment (plačilo).

Vir: Lovelock in Wright 2002, 143.

Med podporne storitve tako štejemo storitve, ki so v večini nujno potrebne za izvedbo same storitve. Te predstavljajo za uporabnika neko dejstvo in navadno ne ustvarjajo dodatne vrednosti za jedro storitve. Predstavljajo nujen element in uporabniki jih največkrat jemljejo kot samoumevne. V to skupino sodijo: informacije, sprejemanje naročil, zaračunavanje storitev in plačilo itd. (Lovelock in Wright 2002, 145-146).

V drugo skupino uvrščamo storitve, ki pomenijo dodatno vrednost, torej povečujejo vrednost uporabe storitve. Dodatne storitve niso nujno potrebne, uporabnik jih navadno

ne pričakuje. Ko pa jih je deležen, se navadno povečata njegovo zadovoljstvo in pripadnost. V to skupino sodijo: svetovanje, izkazovanje gostoljubja, varovanje uporabnika in njegovih stvari itd. (Lovelock in Wright 2002, 149).

Lahko bi trdili, da UP FM ponuja tako podporne kot dodatne storitve. Sama se bom v nalogi osredotočila na osnovne in podporne. Osnovni storitvi fakultete sta izobraževanje in raziskovanje. Podporne storitve UP FM izvajajo: referat, knjižnica, mednarodna pisarna, založba, služba za raziskovalno dejavnost in služba za študijske zadeve. Izpostavila bom storitve referata, knjižnice in mednarodne pisarne, saj domnevam, da študentje storitve teh služb najpogosteje uporabljajo. Prav tako so te storitve nujno potrebne za uspešen potek osnovne storitve. Z raziskavo bom skušala ugotoviti pogostnost uporabe storitev knjižnice ter zadovoljstvo s storitvami referata, mednarodne pisarne ter nekaterih drugih služb.

3.4.1 Knjižnica

Prodor informacijske tehnologije je vplival tudi na organizacijo knjižnic. Danes poznamo poleg tiskanega gradiva tudi elektronske publikacije in baze podatkov. Te postajajo vedno pomembnejše in nujna sestavina vsake knjižnice. Dostop do teh podatkov je temelj za prenovo univerzitetnega študija in to mora veljati tudi za slovenske univerze 21. stoletja. Tovrstno gradivo namreč omogoča učenje na daljavo, vseživljenjsko in vserazsežnostno učenje, ki je na voljo vsem. Visokošolske knjižnice se tako spreminjajo v hibridne oz. virtualna digitalna učna središča (Logar-Pleško 2002, 39).

Nastanek visokošolskih knjižnic je povezan z nastankom izobraževalnih ustanov. Knjižnice so bile tako ustanovljene kot podporni organ pedagoškega in raziskovalnega dela z zbiranjem, izbiranjem, organiziranjem in obdelovanjem knjižničnega gradiva, knjig, publikacij in elektronskih podatkovnih baz (Logar-Pleško 2002, 40).

V zadnjih letih se je uveljavil izraz hibridna knjižnica. Gre za novodobno knjižnico, ki je zgrajena iz dveh delov, klasične in digitalne knjižnice. V prihodnosti se bo digitalni del predvidoma še krepil in širil. Nastajala bodo nova omrežja digitalnih knjižnic, v katerih bodo različne skupnosti hranile svoje zbirke in znanja, poleg tega pa bodo imele neomejen dostop do vseh drugih zbirk v skupnem svetovnem spletu. Na nek način gre za množico podatkov, ki je neobvladljiva, neomejena in vsem dostopna (Logar-Pleško 2002, 40).

Pomanjkanje literature v knjižnicah neposredno vpliva na zaostajanje pri raziskovanju. Zato so knjižnice razvile medknjižnično izposajo, ki je cenejša od nakupovanja monografskih ali serijskih publikacij. Uspešnost knjižnice pa ni odvisna samo od dostopnosti literature, ampak tudi od časa, v katerem uporabniku priskrbi potrebno literaturo. Tako na primer digitaliziranih knjig ne moremo prebirati kjerkoli in

kadarkoli. Sicer poznamo posebne programe, ki nam omogočajo branje povzetkov objavljenih del, vendar nam le-ti ne dajejo zadostnega vpogleda v vsebine knjig (Logar-Pleško 2002, 42).

Osebjem v visokošolskih knjižnicah bi se moralo stalno strokovno izpopolnjevati, saj njihovo znanje danes izjemno hitro stari. Raziskave kažejo, da se pomembne novosti uvajajo vsakih nekaj let. Vsako akademsko knjižnico bi morali zasnovati po načelu DeGennara, ki pravi, da ima definicija knjižnice več opraviti »s stanjem duha kot s fizično realnostjo zunaj prostora in časa« (Logar-Pleško 2002, 43).

Študentje, ki uporabljajo storitve visokošolskih knjižnic, poznajo ponudbo digitalnih dokumentov, vendar vseeno raje posegajo po tiskanih virih, ugotavlja Branka Kerec. Večanje razlik med informacijsko bogato in informacijsko revno družbo za knjižnice pomeni, da bodo imele večjo vlogo pri seznanjanju uporabnikov z viri, ki so dostopni v medmrežju. Ti viri so pomembni za študij na daljavo, ki postaja vedno bolj aktualen (Kerec 2002, 56).

V 29. členu Zakona o knjižničarstvu (Zakon o knjižničarstvu, Ur.l. RS 87/2001) je zapisano, da morajo visokošolske knjižnice podpirati študijski in raziskovalni proces, tako da izvajajo knjižnično dejavnost predvsem za študente, visokošolske učitelje in visokošolske sodelavce. Trenutna situacija visokošolskih knjižnic na Slovenskem pa kaže naslednjo sliko: število študentov narašča, ne narašča pa število zaposlenih v knjižnicah; narašča število netradicionalnih študentov, kot so odrasli in izredni študentje, ki nimajo enakih potreb in pričakovanj kot maturantje; cene tiskanega gradiva rastejo, prav tako število univerzitetnih publikacij; zmanjšuje pa se knjižnični proračun oz. sredstva (Kerec 2002, 56).

Omeniti je treba, da ima knjižnica tudi močno socialno funkcijo, saj uporabnikom iz nižjih socialnih skupin preko računalnikov ponuja dostop do medmrežnih virov in na ta način pripomore k bolj kakovostnem izobraževanju tudi tistih, ki doma nimajo računalnika (Kerec 2002, 57).

Vsekakor je središčni element knjižničnega procesa uporabnik. Knjižnica mu mora znati pomagati pri njegovem izobraževanju. Informacije o literaturi lahko dobi tudi v drugih visokošolskih in univerzitetnih knjižnicah ali pa na medmrežju, ki je neodvisno od knjižničnega fonda. Uporabnik mora biti danes informacijsko pismen: najprej mora zaznati potrebo po informacijah, uporabljati mora znati informacijsko tehnologijo in poznati strategijo iskanja informacij. Hkrati mora biti kritičen do informacij, poznati informacijske vire in znati oceniti vrednost informacij (Kerec 2002, 57).

Knjižničarstvo se v zadnjih letih ne ukvarja več samo z izobraževanjem uporabnikov za njihovo samostojno iskanje informacijskih virov, ampak tudi s približevanjem storitev knjižnice uporabniku. Knjižnice se trudijo narediti svoje storitve prijaznejše in dostopnejše, brez časovnih in prostorskih omejitev. Razdalje med fakulteto in knjižnico sta zmanjšala elektronska pošta in svetovni splet. Internet

spodbuja nov način izobraževanja; dostop do knjižnic in informacijskih baz po vsem svetu, dostop do dokumentov in novic s celega sveta. Knjižnicam pa omogoča spremljanje produkcije knjižničnih gradiv, da tako lažje sledijo svetovnim trendom (Kerec 2002, 60-61).

Danes se visokošolske knjižnice po svetu srečujejo s problemom krčenja finančnih sredstev in spreminjanja zahtev, potreb in pričakovanj uporabnikov. Knjižnice morajo za uspešno delovanje poznati trende razvoja knjižničarstva in delovanje sorodnih knjižnic. Pomagajo si lahko tudi z različnimi statističnimi podatki, ki običajno prikazujejo vhodne in izhodne vire. Tukaj gre na primer za velikost knjižnične zbirke, dejavnost knjižničnih delavcev, obdelavo gradiva, uporabnike, prihodke in odhodke ter pri izhodnih virih za izposajo, medknjižnično izposajo in posredovanje informacij. Vendar nam ti podatki ne dajejo slike kakovosti delovanja knjižnice in kakovosti njenih storitev. Prav tako nam ti podatki ne povejo, ali knjižnica uresničuje svoje poslanstvo in cilje ter v kolikšni meri jih uresničuje. Kakovost storitev knjižnice oz. njeno poslovno uspešnost lahko merimo z različnimi kazalci, ki jih predpisuje mednarodni standard za merjenje poslovne uspešnosti knjižnic ISO 11620. Poznamo tudi kazalce IFLE (International Federation of Library Associations and Institutions), s katerimi prav tako merimo uspešnost visokošolskih knjižnic (Pečko-Mlekuš 2002, 24).

Knjižnice in združenja knjižnic izkoriščajo možnosti svetovnega spleta s tem, da se povezujejo na interaktivnih spletnih straneh, kjer so predstavljeni statistični podatki o delovanju knjižnic. Taka stran je na primer <http://www.libecon2000.org>, kjer lahko sledimo evropskemu projektu LIBECON 2000; gre za prikaz knjižnične dejavnosti ter stroškov te dejavnosti v posameznih evropskih državah. Namen projekta je standardizacija zbiranja podatkov o evropskih knjižnicah, analiza in razmerje teh podatkov ter omogočanje mednarodne primerljivosti knjižnic. V projektu sodeluje tudi Slovenija (Pečko-Mlekuš 2002, 24-25).

Naše visokošolske knjižnice morajo slediti prenovi visokega šolstva, ki je svetovni trend, v katerega so vpete tudi slovenske univerze. Vključevanje v evropski prostor zahteva primerjavo z nam podobnimi ali boljšimi. Življenje v visokošolski knjižnici je pestro in raznoliko, saj je knjižnica prerasla iz njene osnovne funkcije hranjenja knjig v informacijsko središče. Zadnja leta se tako kot neprofitne organizacije vedno bolj zgleduje, organizira in deluje po vzorih svetovnega gospodarstva (Dolgan-Petrič 2002, 9).

Knjižnica UP FM

Knjižnica UP FM združuje knjižnico FM in knjižnico Pedagoške fakultete v Kopru. Je sodobno opremljena in razpolaga z okoli 17.000 strokovnimi knjižničnimi enotami s področij, ki jih pokrivajo programi obeh fakultet (UP FM b. l. c.).

V knjižnici je omogočen dostop do različnih slovenskih in tujih baz podatkov, npr.: Gvin, Ljubljanska borza, Portal Evropske unije, Publikacije Statističnega urada RS, ENQA and Bologna Process, The European Union On Line, ProQuest itd. Prav tako je omogočen dostop do različnih on-line revij in časopisov ter knjig in člankov.

3.4.2 Referat

Referat opravlja veliko različnih nalog. V nadaljevanju bom, glede na pogostnost izvajanja, predstavila nekatere ključne.

Dnevno referat izvaja naslednje naloge: podpora učiteljem in študentom pri izvedbi študijskega procesa (urniki, spremembe, obvestila, informacije itd.), priprava potrdil o šolanju in o opravljenih obveznostih glede na naročila, vnos ocen v indeks glede na naročila učiteljev, odgovarjanje na klice, pošto in e-pošto študentom, učiteljem in kandidatom za vpis na fakulteto (slednjim o študijskih programih, pogojih in načinu vpisa), priprava zagovorov diplomskih del (od sprejema v tehnični pregled do organizacije fizičnega zagovora), ažuriranje, hramba in uporaba osebnih map študentov, priprava in izdaja računov za šolnine, komunikacija z vodstvom fakultete o zaznanih težavah in potrebnih/nujnih spremembah, skrb za bazo podatkov o vseh diplomantih in študentih itd.

Mesečno referat pripravlja gradivo za komisije za študentske zadeve (podiplomsko in dodiplomsko šolanje); gre za pripravo prošenj in predlogov za obravnavo.

Na letni ravni pa sodijo med najpomembnejše funkcije referata naslednje: izvedba vpisa v študijske programe (od objave razpisa do sprejemanja prijav, preverjanje dokumentacije, komunikacija s študenti in fizična izvedba vpisa z odprtjem osebne mape za posameznega študenta); vpis je pri tako veliki fakulteti izredno zahtevna naloga, saj traja skoraj polovico leta in zahteva trdo delo, kajti napake se ne smejo zgoditi (npr. vpis študenta v napačen program), priprava podelitve diplom (od tiskanja prilog k diplomam, urejanja seznamov diplomantov, koordinacija same podelitve v delu programa, kjer študentje prejemajo diplome), priprava analiz in statističnih podatkov o vpisu, diplomantih (za SURS, MVZT, UP itd.) itd.

3.4.3 Mednarodna pisarna

Mednarodna pisarna ali služba za mednarodno sodelovanje se ukvarja z Erasmus in CEEPUS mobilnostjo zaposlenih in študentov. Prav tako organizira mednarodno poletno šolo na enoti v Kopru. V letošnjem šolskem letu bo to že peta poletna šola. Ukvarja se tudi s študijskimi konferencami v tujini. Za študente najpomembnejši storitvi predstavljata študijska izmenjava in možnost opravljanja strokovne prakse v tujini. Omenila bi še izbirnost, kjer gre za opravljanje od 10 % do 25 % obveznosti bodisi na svoji fakulteti ali na drugih visokošolskih zavodih pri nas ali v tujini. Tako pridobljene

Storitve

kreditne točke lahko uveljavljajo kot del opravljenih obveznosti na UP FM (UP FM b. l. d.).

3.4.4 Ostale podporne storitve

UP FM ponuja še nekaj dodatnih storitev, kot so svetovanje pri vpisu, svetovanje za strokovno prakso ter svetovanje za poklicni razvoj.

Pomembna storitev je tudi obveščanje o možnostih priznavanja veščin in spretnosti. Na ta način UP FM ponuja kandidatom priznavanje formalnega in neformalnega izobraževanja ter priložnostno učenje, ki si ga pridobijo pred samim vpisom na UP FM (UP FM b. l. e.).

4 RAZISKAVA

V prvih dveh poglavjih sem skušala prikazati pomen poslanstva in vizije za nepridobitne organizacije. Prav tako sem predstavila koncept storitev in podpornih storitev, pri čemer sem se osredotočila na UP FM. To poglavje je namenjeno raziskavi o poznavanju poslanstva in vizije ter poznavanju in uporabi podpornih storitev UP FM med študenti.

4.1 Opredelitev problema in namena raziskave

Zapisana vizija in poslanstvo sta danes temelj vsake organizacije. Delovati morata skupaj z organizacijo, kar pomeni, da morajo v skladu z njima ravnati tudi vsi udeleženci. Njuno poznavanje in uresničevanje je ključ do uspeha in kakovosti. Kakovost je ključnega pomena za vsako visokošolsko ustanovo, torej tudi za UP FM. S samim poslanstvom in vizijo so povezane dejavnosti organizacije, v primeru visokošolske ustanove govorimo o storitvah.

UP FM ima tako tudi podporne storitve, ki jih ponuja in ki bi morale delovati in biti ustrezno uporabljane, da bi celotna institucija delovala v skladu s poslanstvom in vizijo ter posledično bila bolj uspešna in kakovostna. Ugotoviti je treba, ali res in v kolikšni meri študentje uporabljajo ponujene storitve, da lahko trdimo, da UP FM zares deluje v skladu z zapisanim poslanstvom in vizijo.

4.2 Oblikovanje hipotez

Na podlagi pričakovanih odgovorov na anketni vprašalnik sem postavila nekaj hipotez. Hipoteze se predvsem navezujejo na pričakovane razlike med rednimi in izrednimi študenti.

Hipoteza 1: Študentje rednega študija bolje poznajo poslanstvo in vizijo kot študentje izrednega študija.

Študentje rednega študija namreč preživijo več časa v šoli, ker gre za redni študij, imajo predvidenih več obveznosti, zato sklepam, da so bolj obveščeni o poslanstvu in viziji UP FM.

Hipoteza 2: Študentje rednega študija pogosteje uporabljajo storitve knjižnice kot izredni študentje.

Izhajam iz iste predpostavke, da redni študentje več časa preživijo v šoli in zato pogosteje uporabljajo storitve knjižnice UP FM.

Hipoteza 3: Uporaba storitev knjižnice pozitivno vpliva na poznavanje poslanstva in vizije.

Preverjam, ali obstaja povezava med uporabo knjižnice kot ene izmed glavnih virov podpornih storitev in poznavanjem poslanstva in vizije.

Hipoteza 4: Redni študentje so bolj zadovoljni s storitvami UP FM kot izredni študentje.

Skleпам, da imajo redni študentje več možnosti za uporabo samih storitev oz. se pogosteje srečujejo z obveščanjem o storitvah.

Hipoteza 5: Študentje višjih letnikov (3. letnik in absolvent) bolje poznajo poslanstvo in vizijo kot študentje nižjih letnikov (1. in 2. letnik).

Študentje višjih letnikov obiskujejo UP FM dlje časa, zato so se po mojem mnenju zagotovo že večkrat srečali z zapisanim poslanstvom in vizijo in ju zato tudi bolje poznajo.

4.3 Določitev metode zbiranja podatkov

Pri raziskavi se lahko opremo na dve vrsti podatkov, in sicer na primarne ali sekundarne. Pri sekundarnih podatkih gre za podatke, ki niso zbrani za določeno vrsto raziskave, pač pa jih je moč uporabiti za več namenov. Primarne podatke zbiramo izključno za določeno vrsto raziskave (Churchill 1999, 336).

Med sekundarne vire podatkov tako lahko prištejem vso pregledano in obravnavano literaturo, s katero sem si pomagala pri razčlenitvi pomembnih pojmov in vprašanj, ki so ključnega pomena za nastanek raziskave.

Poznavanje poslanstva in vizije ter poznavanje in uporabo podpornih storitev, ki jih UP FM ponuja, je najlažje ugotoviti z zbiranjem primarnih podatkov. Med primarno zbiranje podatkov sodi tudi metoda ankete, ki sem jo v ta namen uporabila.

4.4 Oblikovanje vprašalnika

Poznamo dve vrsti vprašalnikov: prvi so strukturirani, drugi nestrukturirani vprašalniki. Odločila sem se za uporabo strukturiranega vprašalnika, kjer gre za standardizirana vprašanja in odgovore. Anketiranci namreč lažje odgovarjajo na vprašanja zaprtega kot na vprašanja odprtega tipa. Prav tako je take vprašalnike kasneje lažje analizirati (Churchill 1999, 352). Anketiranci so tudi seznanjeni z namenom vprašalnika.

Anketni vprašalnik je sestavljen iz štirih sklopov. V prvem sklopu gre za osebne podatke študentov glede smeri, načina in letnika študija. Drugi sklop se navezuje na poznavanje poslanstva in vizije. Anketiranci označijo ali poznajo poslanstvo in vizijo, vedo, kje sta zapisana (izmed 4 možnih odgovorov označijo enega ali več pravih) ter ocenijo skladnost poslanstva in vizije z delovanjem UP FM na petstopenjski lestvici (5 pomeni popolnoma skladno, 1 pa popolnoma neskladno). Tretji sklop se navezuje na

knjižnico UP FM, ki predstavlja enega izmed glavnih virov podpornih storitev. Anketiranci določijo pogostnost uporabe sedmih storitev knjižnice na petstopenjski lestvici (5 pomeni zelo pogosto, 1 pa zelo redko). Pri vprašanjih prav tako ponujam možnost izbire odgovorov: ne potrebujem, ne poznam in ne znam uporabljati, ki so označeni s številkami 6, 7 in 8. Zadnji sklop obravnava zadovoljstvo z izbranimi podpornimi storitvami UP FM. Študentje označijo svoje zadovoljstvo z omenjenimi storitvami na šeststopenjski lestvici, kjer 5 pomeni zelo zadovoljen, 1 zelo nezadovoljen in 0, da storitve ne poznajo. Anketa je dostopna v prilogi naloge.

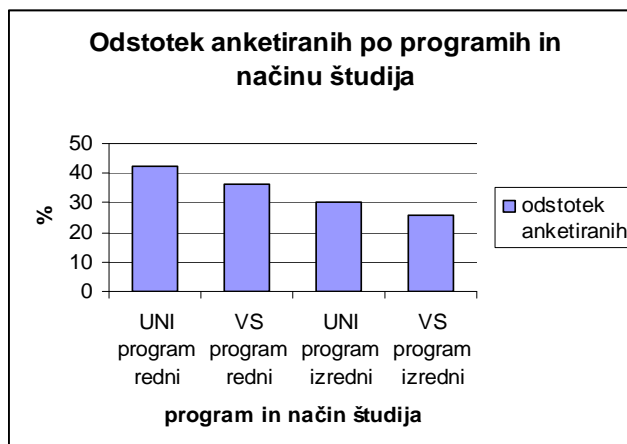
4.5 Določitev vzorca in načina zbiranja podatkov

Ciljna populacija za zbiranje podatkov so študentje UP FM. Anketo sem izvajala na enoti v Kopru, na vprašanja so odgovarjali študentje vseh letnikov in smeri rednega in izrednega dodiplomskega študija. Pričakovala sem najmanj 200 vrnjenih vprašalnikov. Podatke sem analizirala s statističnim orodjem SPSS ter jih ustrezno prikazala v grafični obliki.

Ankete sem razdelila na UP FM, del pa sem jih poslala preko elektronske pošte. Študentje so tako ankete reševali konec meseca maja 2009. Pri anketah, ki so bile razdeljene osebno, je bila odzivnost 100 %. Na vrnjene ankete preko elektronske pošte sem čakala kar nekaj časa. Z zbiranjem sem končala konec meseca junija 2009, odzivnost pa je bila 46 %.

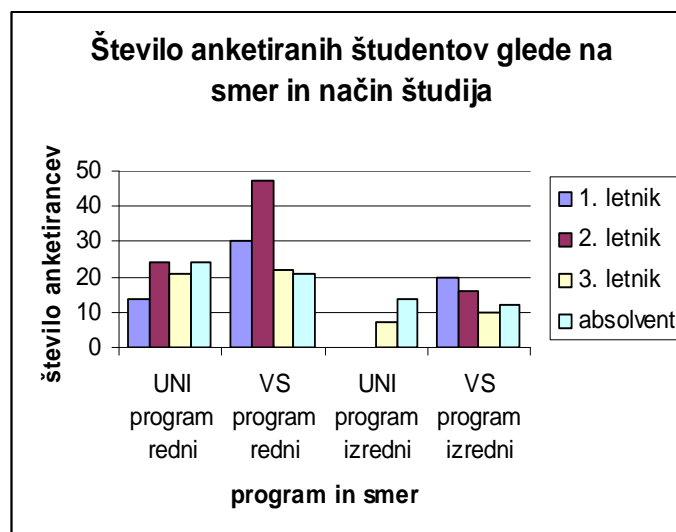
4.6 Sestava vzorca

V študijske programe UP FM je bilo v študijskem letu vpisanih 847 študentov na dodiplomskem študiju. Zbrala sem 282 vrnjenih anketnih vprašalnikov, kar pomeni, da sem zajela 30 % celotne populacije dodiplomskih študentov. Spodnji graf prikazuje procent anketiranih študentov po programih in glede na redni oz. izredni študij. Dobila sem 203 izpolnjene anketne vprašalnike rednega študija in 79 vprašalnikov izrednega študija.

Slika 4.1 Odstotek anketiranih študentov po programih in načinu študija

Naslednji graf prikazuje število anketiranih študentov glede na smer, način in letnik študija. Iz prvega letnika UNI programa rednega študija sem dobila 14 vrnjenih anket, pri VS programu pa 30 anket. Iz drugega letnika UNI programa rednega študija so mi vrnilo 30 izpolnjenih anket, študentje iz VS programa pa kar 47. 21 anket sem dobila od 3. letnika UNI programa rednih študentov in 22 anket VS programa istega letnika. Absolventi UNI programa rednega študija so vrnilo 24 anket, absolventi VS programa pa 21. Pri izrednih študentih nisem dobila anket iz prvega in drugega letnika UNI programa, ker v letu 2008/09 nihče ni vpisan v ta dva letnika. Tako so študentje prvega letnika VS programa izpolnili 20 anket, študentje drugega pa 16 anket. Izredni študentje tretjega letnika UNI programa so mi vrnilo le 7 vprašalnikov, prav tako so mi nizko število anket vrnilo študentje istega letnika VS programa, 10 anketnih vprašalnikov. Pri izrednih absolventih sem dobila 14 vrnjenih vprašalnikov UNI programa in 12 VS programa.

Slika 4.2 Število anketiranih študentov glede na smer in način študija



Pri pregledovanju anket sem naletela na 11 pomanjkljivo izpolnjenih anketnih vprašalnikov, ki pa sem jih vseeno vključila v analizo, saj je šlo za izpust enega ali največ dveh odgovorov pri vprašanjih o uporabi storitev knjižnice in pri zadovoljstvu z ostalimi podpornimi storitvami.

4.7 Omejitve raziskave

Glavna omejitev raziskave je zagotovo pri vzorčenju, saj vzorec ni dovolj velik, da bi lahko rezultate posplošila na celotno populacijo ali da bi lahko sklepala o povezavi obravnavanega pojava s kakovostjo visokošolskih zavodov na splošno.

Dosegla sem 30 % vzorec celotne populacije rednih študentov na enoti v Kopru, kar je skoraj tretjina vseh študentov in zadovoljiv vzorec za prikaz rezultatov. Vendar, kot sem že omenila, gre v primeru raziskave le za dodiplomske študente na enoti v Kopru. Tri ostale enote UP FM v raziskavo niso vključene.

Prav tako je bila odzivnost na anketne vprašalnike podiplomskega študija izjemno nizka. Zbrala sem le 23 vprašalnikov, kar je le 3,5 % celotne populacije podiplomskih študentov. Vzorec podiplomskih študentov je bistveno premajhen za obdelavo podatkov in za pridobitev kakovostnih rezultatov.

Pri pridobivanju anketnih vprašalnikov preko elektronske pošte je bila odzivnost 46 %, kar prav tako predstavlja omejitev. Z višjo odzivnostjo bi lahko zbrala več vprašalnikov in predstavila bolj reprezentativen vzorec.

Do napak lahko pride tudi pri zbiranju samih podatkov in kasnejši analizi. Zgodi se lahko, da anketiranec ne bo odgovoril na vsa vprašanja, na primer zaradi površnosti

(Churchill 1999, 675). Nepopolno izpolnjenih anketnih vprašalnikov je bilo 11 od 282, kar je razmeroma nizko število, ki ni predstavljalo večje omejitve.

4.8 Rezultati raziskave

Rezultate sem interpretirala na podlagi sestave anketnega vprašalnika. Prvi sklop se tako nanaša na poslanstvo in vizijo, drugi na knjižnico UP FM in tretji na zadovoljstvo s storitvami UP FM. V četrtem sklopu bom preverila zastavljene hipoteze in povezanost med spremenljivkami.

4.8.1 Poslanstvo in vizija

Analiza odgovorov glede poznavanja poslanstva in vizije (priloga 2) kaže, da 48,2 % vseh anketirancev pozna poslanstvo, 51,8 % pa ne pozna poslanstva UP FM. Vizijo pozna 42,9 % anketirancev, kar pomeni, da je ne pozna več kot polovica sodelujočih v raziskavi, torej 51,8 % študentov.

Glede na negativen rezultat poznavanja poslanstva in vizije je razmeroma bolj pozitiven podatek, da le 15,2 % anketirancev ne ve, kje sta poslanstvo in vizija zapisana. Med ostalimi možnimi odgovori se je največkrat pojavljala trditev, da sta poslanstvo in vizija zapisana na spletni strani UP FM. Tako je odgovorilo kar 60,3 % odstotkov vseh izprašanih. 14,5 % študentov misli, da sta poslanstvo in vizija zapisana v študijskem vodniku. Za oba odgovora, spletno stran in študijski vodnik se je spet odločil nizek delež anketirancev (9,9 %), kar ponovno kaže slabo poznavanje tematike poslanstva in vizije UP FM.

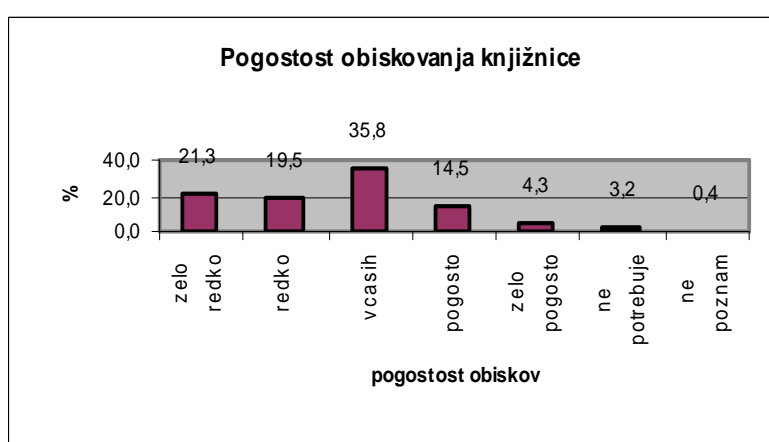
Pri vprašanju o skladnosti poslanstva in vizije sem naletela na zanimive rezultate. Kot sem že omenila, kar 51,8 % študentov ne pozna poslanstva in vizije, in vendar se je samo 15,6 % anketirancev odločilo, da ne bodo odgovorili na vprašanje o skladnosti. Vsi ostali so na vprašanje odgovarjali kljub temu, da poslanstva in vizije sploh ne poznajo. Največ jih je izbralo možnost, da sta poslanstvo in vizija srednje skladna (38,3 %) in skladna (36,5 %). Le 2,1 % anketirancev meni, da poslanstvo in vizija delujeta popolnoma neskladno in 3,9 %, da delujeta neskladno. Nizek je tudi odstotek tistih, ki menijo, da delujeta popolnoma skladno (3,5 %). Nemogoče je presojati, ali določeni zapisi delujejo skladno z uresničevanjem, če jih ne poznamo. Menim, da je morda prišlo do napačne interpretacije ponujenih odgovorov in so zato študentje ocenjevali skladnost, ne da bi poznali poslanstvo in vizijo UP FM.

4.8.2 Knjižnica

Z vprašanji glede knjižnice sem želela pridobiti podatke o tem, kako pogosto študentje obiskujejo knjižnico in kako pogosto uporabljajo njene storitve. Prav tako me je zanimalo, ali sploh poznajo in znajo uporabljati vse ponujene storitve.

Slika 4.3 prikazuje, kako pogosto študentje obiskujejo knjižnico. Največ, 35,8 % študentov, knjižnico obišče včasih. Druga najpogostejša odgovora sta »zelo redko« (21,3 %) in »redko« (19,5 %). Anketiranec celo trdi, da knjižnice ne pozna, medtem ko je 3,2 % anketirancev ne potrebuje.

Slika 4.3 Pogostnost obiskovanja knjižnice



Študentje razmeroma malokrat *rezervirajo gradivo* v knjižnici UP FM, saj jih je na to vprašanje največ odgovorilo z zelo redko (31,2 %) in včasih (28,7 %). Preseneča tudi podatek, da kar 12,8 % anketirancev meni, da rezervacije gradiva ne potrebuje. Sicer si rezultat lahko razlagam s trditvijo, da je knjižnica dobro založena.

Vprašanje o *izposoji knjig in revij* je prineslo naslednje odgovore: največ (34,0 %) študentov odgovarja, da si knjige in revije izposoja včasih. Sledijo odgovori »zelo redko« (19,9 %), »pogosto« (18,8 %) in »redko« (14,2 %). Negativno preseneča, da 6,0 % študentov meni, da ne potrebuje omenjene storitve, študent pa celo pravi, da te storitve ne pozna.

Medknjižnična izposoja je redko uporabljena. Rezultati kažejo, da 25,5 % študentov ne potrebuje medknjižnične izposoje. Sklepamo lahko, da je knjižnica UP FM dovolj dobro založena, da študentje te storitve ne potrebujejo. Velik delež, 40,4 %, pa uporablja to storitev zelo redko. Kar 21 anketirancev možnosti medknjižnične izposoje ne pozna. Kaže, da so slabo obveščeni o storitvah, ki so jim na razpolago.

Pri iskanju *gradiv v sistemu Cobiss* je bil spet najpogostejši odgovor »včasih« (28,4 %). Gre za edino storitev, pri kateri sta povečana deleža pri odgovorih »pogosto«

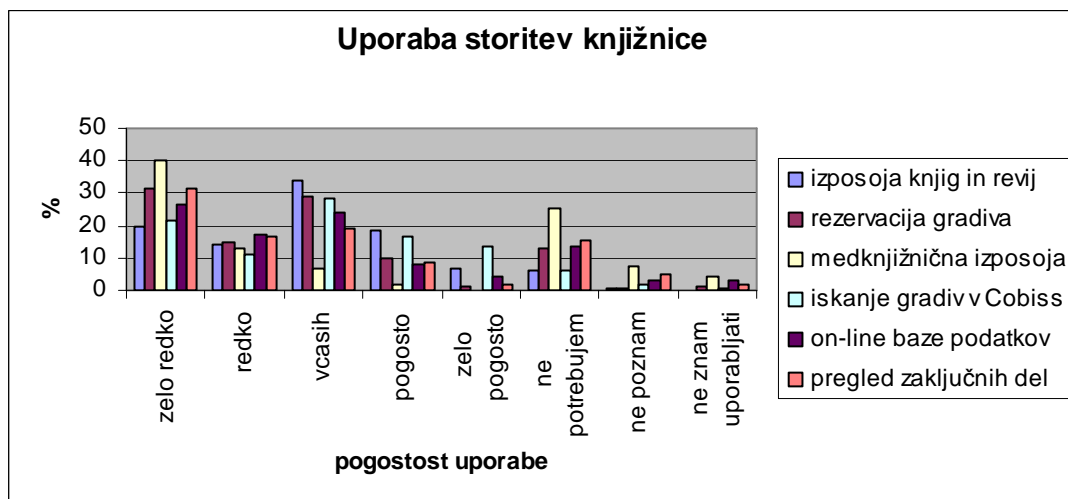
(16,3 %) in »zelo pogosto« (13,5 %). Vendar je še vedno višji delež pri odgovoru »zelo redko« (21,6 %), kar spet kaže na neuporabo ponujene storitve.

Na podlagi odgovorov študentje *on-line baze podatkov* uporabljajo »zelo redko« (26,2 %) ter v nekoliko manjšem številu »včasih« (24,1 %). Spet jih kar 13,5 % meni, da *on-line baz podatkov* ne potrebujejo. 17,4 % pa dostop do baz uporablja »redko«. Odstotek študentov, ki storitev uporablja pogosto in zelo pogosto, je izjemno nizek, »pogosto« 8,2 % in »zelo pogosto« 4,3 %.

Podobno je s *pregledom zaključnih nalog*. 15,6 % študentov meni, da te storitve sploh ne potrebuje. Največji deleži odgovorov pa se spet nahajajo med prvimi tremi odgovori: »zelo redko« (31,2 %), »redko« (16,7 %) in »včasih« (19,1 %).

Iz rezultatov lahko sklepamo, da študentje ne izkoriščajo vseh storitev, ki so jim ponujene. Iz slike 4.4 je razvidno, da študentje storitve uporabljajo zelo redko in včasih. Visok je tudi delež tistih, ki menijo, da storitev sploh ne potrebujejo.

Slika 4.4 Pogostnost uporabe storitev knjižnice



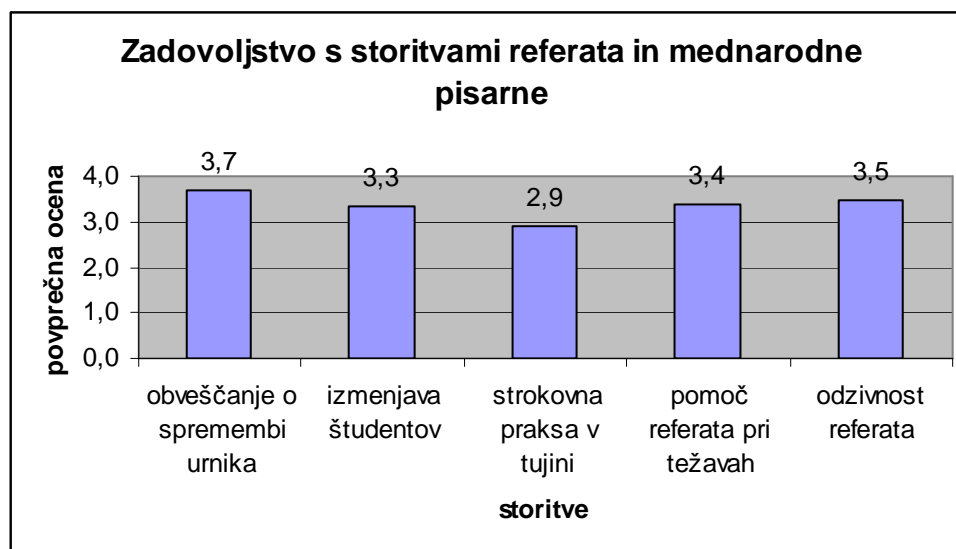
4.8.3 Zadovoljstvo s storitvami

Pri sklopu vprašanj povezanih s storitvami sem skušala ugotoviti, kako zadovoljni so študentje s ponujenimi storitvami in če jih sploh vse poznajo. Pri ocenjevanju zadovoljstva s storitvami sem se odločila za ocenjevanje s pomočjo povprečne ocene storitve. Delila sem jih v dva sklopa, in sicer na storitve referata in mednarodne pisarne ter na ostale storitve. Študentje so storitve ocenjevali na petstopenjski lestvici, kjer je 0 pomenila nepoznavanje storitve, 1 izredno nezadovoljstvo, 5 pa popolno zadovoljstvo.

Iz slike 4.5 lahko razberemo, da se aritmetična sredina ocen zadovoljstva s storitvami referata in mednarodne pisarne giblje okoli 3,5. Študentje so bolj zadovoljni s storitvami referata: obveščanje o spremembi urnika, pomoč pri težavah ter odzivnost

referata. Vse ocene se dvigajo nad povprečje 3, kar pomeni, da so študentje zadovoljni s storitvami. Tudi storitve mednarodne pisarne so pozitivno ocenjene, malo slabše morda obveščanje o strokovni praksi v tujini.

Slika 4.5 Zadovoljstvo s storitvami referata in mednarodne pisarne

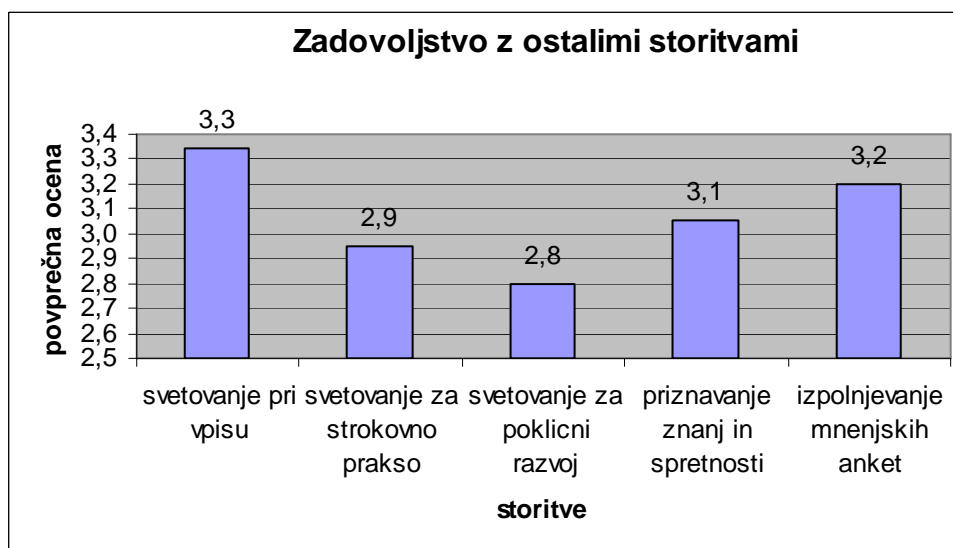


Obveščanje referata o spremembi urnika je bilo zelo visoko ocenjeno (priloga 2): »zelo zadovoljen« (22,3 %), »zadovoljen« (37,9 %) in »srednje zadovoljen« (29,8 %). Tudi pomoč referata pri težavah ter odzivnost referata na klice in pošto je bila dobro ocenjena z večino ocen na lestvici med 3 in 5 (od srednje zadovoljen do zelo zadovoljen).

Storitve mednarodne pisarne glede obveščanja o možnostih izmenjave študentov so bile srednje dobro ocenjene, z največjim deležem odgovorov pod možnostjo »srednje zadovoljen« (34,4 %) in »zadovoljen« (32,2 %). Malce slabše so študentje obveščeni o možnostih opravljanja strokovne prakse v tujini, kjer so sicer najpogosteje odgovarjali s »srednje zadovoljen« (32,3 %), čemur pa takoj sledi nezadovoljstvo (25,2 %). Skoraj četrtina anketirancev je zadovoljna z obveščanjem o opravljanju strokovne prakse v tujini (22,0 %).

Povprečna ocena zadovoljstva s storitvami svetovanja in obveščanja o možnostih priznavanja znanj in spretnosti ter izpolnjevanju mnenjskih anket se prav tako giblje okoli 3, kar pomeni, da so študentje srednje zadovoljni.

Slika 4.6 Zadovoljstvo z ostalimi storitvami



V prilogi 2 najdemo podatke o poznavanju storitev. Kaže, da dokaj visok odstotek študentov ne pozna storitev svetovanja in priznavanja veščin in spretnosti. Tako svetovanja za strokovno prakso ne pozna kar 22,7 % anketirancev, svetovanja za poklicni razvoj 29,8 % in 24,5 % študentov ne pozna priznavanja znanj in spretnosti. Glede na rezultate menim, da anketirani študentje niso dovolj obveščeni o ponujenih storitvah in da jih ne koristijo.

4.8.4 Preverjanje hipotez

Hipoteze sem preverjala s pomočjo Pearsonovega korelacijskega koeficienta povezav med spremenljivkami, HI^2 (Chi-Square Test) testom ter z Anovo tabelo (ANOVA table). Med pozitivne povezave štejemo predvsem koeficiente nad 0,05, torej $p(\text{»probability«}) < 0,05$. Povezava je srednje močna še največ do $p < 0,03$. Vse, kar je nižje od 0,03, je šibka povezava, ki ni več nujno statistično značilna. Ko je $p < 0,1$, pomeni, da lahko hipotezo potrdimo z 90 % verjetnostjo. Pri $p < 0,05$ lahko hipotezo potrdimo s 95 % verjetnostjo. Povezava se tako lahko okliče za značilno, saj je plod nekega odnosa vzrok-posledica, ne pa stvar naključja. Ko je $p < 0,01$, lahko hipotezo potrdimo z 99 % verjetnostjo.

Hipoteza 1: Študentje rednega študija bolje poznajo poslanstvo in vizijo kot študentje izrednega študija.

Hipoteza 1 je zavrnjena (priloga 4), saj je poznavanje na videz celo večje pri izrednih študentih. Tako je pri poznavanju poslanstva koeficient statistične značilnosti 0,301, kar pomeni, da je $p > 0,1$. Pri poznavanju vizije je vrednost koeficienta 0,573,

$p > 0,1$. Razlike torej nista statistično značilni, kar pomeni, da strogo statistično ni razlike med rednimi in izrednimi študenti glede poznavanja poslanstva in vizije.

Hipoteza 2: Študentje rednega študija pogosteje uporabljajo storitve knjižnice kot izredni študentje.

Pri preverjanju druge hipoteze sem upoštevala povprečja za pogostnost uporabe (priloga 5). Iz analize sem izločila odgovore »ne potrebujem«, »ne poznam« in »ne znam uporabljati«. Tudi ta hipoteza je zavrnjena, saj pri nobeni od storitev ni statistično značilnih razlik. Koeficienti signifikance oz. statistične značilnosti so vsi večji od $p > 0,1$, in sicer: rezervacija gradiv (0,892), izposoja knjig in revij (0,677), medknjižnična izposoja (0,281), iskanje gradiv v Cobissu (0,900), uporaba on-line baz podatkov (0,273), pregled zaključnih nalog (0,545) in pogostnost obiskovanja knjižnice (0,334).

Hipoteza 3: Uporaba storitev knjižnice pozitivno vpliva na poznavanje poslanstva in vizije.

Ugotavljam, da ima pozitiven vpliv na poznavanje poslanstva uporaba naslednjih storitev (priloga 6): rezervacija gradiv ($p < 0,05$) in pregled zaključnih nalog ($p < 0,05$). Manj značilna, torej 90 % verjetnost, se kaže pri izposoji knjig in revij ter pri obiskovanju knjižnice, kjer je statistična značilnost $p < 0,1$.

Pozitiven vpliv na poznavanje vizije imajo storitve s statistično značilnostjo $p < 0,05$: rezervacija gradiv, izposoja knjig in revij ter obiskovanje knjižnice. 90 % verjetnost pa je pri pregledu zaključnih nalog ($p < 0,1$).

Pri tej hipotezi gre sicer za tipičen primer navidezne povezave, upala bi si namreč upal trditi, da je pravi vzrok neka tretja spremenljivka, na primer zagnanost, predanost študiju, itd., ki pa je zaradi omejenega časa nisem raziskovala. Menim, da gre za povezavo: bolj vestno/resno kot študiraš, bolj obiskuješ/uporabljaš knjižnico in bolj verjetno poznaš poslanstvo/vizijo fakultete.

Hipoteza 4: Redni študentje so bolj zadovoljni s storitvami UP FM kot izredni študentje.

Zastavljena hipoteza drži le pri postavki »pomoč referata pri težavah« (priloga 7), kjer so redni študentje občutno bolj zadovoljni kot izredni. Statistična značilnost znaša $p < 0,05$, koeficient znaša namreč 0,017; kar pomeni, da gre za značilno spremenljivko in jo lahko potrdimo s 95 % verjetnostjo. Pri zadnji trditvi »obveščanje o izpolnjevanju mnenjskih anket« se hipoteza popolnoma zavrne, saj so bolj zadovoljni izredni študentje ($p < 0,01$). Tudi verjetnost je le še 90 %.

Hipoteza 5: Študentje višjih letnikov (3. letnik in absolvent) bolje poznajo poslanstvo in vizijo kot študentje nižjih letnikov (1. in 2. letnik).

Hipoteza je zavrnjena (priloga 8). Med poznavanjem poslanstva in vizije ter letnikom študija ne obstaja statistično značilna razlika. Koeficient statistične značilnosti znaša 0,663 pri poznavanju poslanstva in 0,278 pri poznavanju vizije, torej je $p > 0,1$.

4.9 Ugotovitve raziskave

Z anketno metodo sem skušala ugotoviti poznavanje poslanstva in vizije na UP FM ter uporabo in zadovoljstvo s podpornimi storitvami, ki jih študentom ponuja fakulteta. Da fakulteta deluje kakovostno, morajo vsi njeni udeleženci poznati poslanstvo in vizijo oz. še pomembneje, delovati morajo v skladu z njima. Delovanje v skladu s poslanstvom in vizijo je seveda močno povezano z uporabo podpornih storitev. Kakovostna visokošolska ustanova stremi k čim večji izkoriščenosti svojih podpornih storitev, skozi katere študentom omogoča uresničevanje svojega osnovnega poslanstva, prenosa znanja.

Rezultati anketnega vprašalnika so nekoliko negativno naravnani. Le manj kot polovica anketiranih pozna poslanstvo in vizijo, čeprav velika večina ve, kje sta poslanstvo in vizija zapisana. Podatek lahko razumemo tudi kot sporočilo, da študentje sicer vedo, kje sta zapisana, vendar ju poslanstvo in vizija ne zanimata. Sam zapis pa po mnenju različnih avtorjev (Collins in Porras 1999, 231; Musek Lešnik 2003, 195) ni relevanten, če ga ljudje ne razumejo in ne delujejo v skladu z njim.

Presenečajo tudi odgovori, povezani s skladnostjo samega poslanstva in vizije, saj so študentje ocenjevali skladnost poslanstva in vizije, ne da bi poslanstvo in vizijo sploh poznali. Takšen način odgovarjanja kaže nezanimanje za tematiko poslanstva in vizije, morda celo nezanimanja za povečevanje kakovosti študija. Poraja se tudi vprašanje, kako take podatke sploh uporabiti v raziskavi.

Tudi pri analizi uporabe storitev knjižnice se kažejo negativni rezultati. Študentje knjižnico slabo obiskujejo in prav tako slabo koristijo ponujene storitve. Obstajajo celo študentje, ki menijo, da storitev knjižnice ne potrebujejo. Težko si je predstavljati kakovostno pridobivanje znanja brez pomoči knjižnice, še posebej danes, ko knjižnica poleg tiskanih virov ponuja še druge vrste informacij (on-line baze podatkov, iskanje gradiva v Cobissu itd.). Postavlja se vprašanje: ali se skozi izobraževalni proces dovolj poudarja pomen uporabe različne literature, pregleda zaključnih nalog ali podatkov iz on-line baz? Ali visokošolski zavod oz. knjižnica sama dovolj reklamira in informira o svojih storitvah? Vsekakor bi morali biti obiski knjižnice in uporaba njenih storitev pogostejši, da bi visokošolski zavod deloval še bolj kakovostno in v skladu s poslanstvom in vizijo.

Zadovoljstvo z ostalimi storitvami: storitvami referata, mednarodne pisarne, svetovanja, priznavanja znanj in spretnosti ter izpolnjevanja mnenjskih anket je zadovoljivo, saj so študentje v povprečju zadovoljni s ponujenimi storitvami. Nekoliko slabše je poznavanje storitev svetovanja ter priznavanja znanj in spretnosti. Vodstvo UP FM bi moralo bolje poskrbeti za poznavanje naštetih storitev, saj bi s tem poskrbelo za večjo uporabo teh storitev ter posledično za večje zadovoljstvo študentov.

Raziskava povezanosti med spremenljivkami, predvsem med rednimi in izrednimi študenti, je presenetljivo pokazala, da ni razlik med odgovori rednih in izrednih študentov. Izredni študentje so načeloma že zaposleni in ne morejo posvetiti študiju toliko časa, kot naj bi ga redni, zato sem sklepala, da je poznavanje poslanstva in vizije pri njih slabše in uporaba storitev manjša. Čeprav je po drugi strani res, da ni večjih razlik med načinoma študija, saj morajo tako redni kot izredni študentje do konca študija doseči 180 kreditnih točk (KT) in imajo izredni le manj predavanj, kar pomeni, da morajo več snovi predelati sami.

Rezultati torej kažejo, da ni razlik med poznavanjem poslanstva in vizije ter uporabo storitev rednih in izrednih študentov. Prav tako ni razlik med poznavanjem poslanstva in vizije pri študentih nižjih in višjih letnikov. Tudi ta rezultat preseneča, saj sem sklepala, da bodo študentje višjih letnikov bolje poznali poslanstvo in vizijo, ker so na UP FM dlje časa. Sklepam lahko, da v zadnjih dveh letih UP FM bolj poudarja pomen poznavanja poslanstva in vizije in je to razlog za podobne rezultate v različnih letnikih študija.

Uporaba in obiskovanje knjižnice je z določenimi spremenljivkami povezana s poznavanjem poslanstva in vizije, vendar ugotavljam, da te spremenljivke niso značilne. Sklepala bi lahko, da študentje, ki se bolj posvečajo študiju, ki ga morda jemljejo bolj resno, pogosteje uporabljajo storitve knjižnice in prav tako bolj poznajo poslanstvo in vizijo.

Vsaka organizacija mora imeti svoje poslanstvo in svojo vizijo, ki bi morala biti vpeta med vse udeležence, v primeru fakultete tako med zaposlene kot med študente. Raziskava pa je pokazala, da večine študentov poslanstvo in vizija ne zanimata. To se ne kaže samo skozi nepoznavanje zapisov poslanstva in vizije, temveč tudi skozi nizko uporabo storitev knjižnice in nepoznavanje nekaterih ostalih podpornih storitev. Problem lahko tiči na dveh straneh: ena možnost je, da vodstvo ne posveča dovolj pozornosti podpornim storitvam in skladnemu delovanju poslanstva in vizije skupaj s študenti. Druga možnost je, da študenti želijo le čim prej zaključiti izobraževalni proces in jih ostali, podporni dejavniki tega procesa enostavno ne zanimajo.

5 SKLEP

Poslanstvo in vizija sta vsekakor dve nepogrešljivi sestavini vsake uspešne organizacije. Raziskovalni del diplomske naloge je žal pokazal, da se študentje UP FM, organizacije, ki želi izobraziti strokovnjake in znanstvenike, ki bodo sposobni z učinkovitim in uspešnim managementom podjetij zagotavljati trajnostni razvoj družbe, premalo zavedajo pomena poslanstva in vizije oz. da poslanstva in vizije UP FM sploh ne poznajo, pa čeprav se z njima zagotovo večkrat srečujejo, saj ju najdemo na fakultetni spletni strani, v študijskem vodniku, v letnih poročilih itd.

UP FM ponuja veliko podpornih storitev, od storitev knjižnice, mednarodne pisarne, referata do svetovanja. Same podporne storitve so pomemben element jedra storitve, v primeru UP FM izobraževalno-raziskovalnega procesa, saj prispevajo k večji kakovosti osnovne storitve. Pokazalo se je, da študentje UP FM v zelo nizkem številu koristijo storitve knjižnice in da obstaja srednje zadovoljstvo s ponujenimi ostalimi storitvami.

Morda lahko slab obisk knjižnice in uporabo njenih storitev pripišemo trendu današnje informacijske družbe, ki vključuje tudi digitalizacije knjižnic. Razdalja med fakulteto in knjižnico se tako zmanjšuje zaradi novih oblik komunikacije in dostopnosti informacij in gradiva preko elektronske pošte in svetovnega spleta. S pomočjo interneta nam je z domačega računalnika omogočen dostop do knjižnic in različnih podatkovnih baz s celega sveta. Najbrž je tudi to eden izmed razlogov, zakaj študentje UP FM redko obiskujejo knjižnico in koristijo njene storitve.

Vsaka organizacija si prizadeva za zadovoljstvo svojih uporabnikov. Tako je v interesu vsakega visokošolskega zavoda, da so njegovi uporabniki čim bolj zadovoljni s storitvami. Ugotovitev, da so študentje UP FM srednje zadovoljni s ponujenimi storitvami referata, mednarodne pisarne in storitev svetovanja, sicer ni negativno orientirana. Vendar mora za uresničevanje vizije UP FM, ki stremi k temu, da bi postala članica skupine najbolj kakovostnih evropskih poslovnih šol, s prepoznavnim vplivom na uspešnost gospodarstva in širšega družbeno-ekonomskega okolja v prostoru Srednje in Jugovzhodne Evrope ter Sredozemlja, srednje zadovoljstvo prerasti v kaj močnejšega.

Zadovoljstvo uporabnikov je pomemben pokazatelj kakovosti. Iz raziskave ni razvidno oz. ni moč sklepati o kakovosti visokošolskega zavoda, saj je vzorec zajete populacije nereprezentativen. Za nadaljnjo raziskavo bi bila potrebna izvedba anketnega vprašalnika na večjem vzorcu populacije. Vsekakor bi bilo potrebno v raziskavo vključiti tudi podiplomske študente, ki jih zaradi prenizke odzivnosti sama nisem uspela.

Vendar pa raziskava vseeno daje vpogled v stanje podpornih storitev na UP FM in je lahko dobrodošla tudi za vodstvo institucije, saj so rezultati pokazali, koliko in katere knjižnične storitve študenti uporabljajo in kako so zadovoljni z ostalimi podpornimi

Sklep

storitvami. V prihodnje bi bilo potrebno odkriti razloge za slabši obisk in uporabo knjižnice ter srednje zadovoljstvo s storitvami. Tako bi lahko vodstvo UP FM poskusilo dodatno informirati študente o pomembnosti uporabe knjižnice in povečalo zadovoljstvo uporabnikov z ostalimi podpornimi storitvami. S tem bi se zaposleni v instituciji in študentje skupaj približali zapisani viziji.

LITERATURA IN VIRI

- Brennan, J. in T. Shah. 2000. *Managing Quality in Higher Education*. Buckingham: OECD.
- Churchill, G. A. 1999. *Marketing Research. Methodological foundations. Seventh edition*. Orlando: Dryden, Harcourt Brace Collage.
- Collins, J. in J. Porras 1999. *Built to Last: Successful Habits of Visionary Companies*. New York: Harper Collins.
- Dolgan-Petrič, M. 2002. Predgovor. V *Razvoj visokošolskih knjižnic za univerzo 21. stoletja*, ur. M. Dolgan-Petrič, 9-10. Ljubljana: Centralna tehniška knjižnica.
- Figel, J. 2007. Prihodnost izobraževanja v Sloveniji. V *Slovensko šolstvo včeraj, danes, jutri*, ur. A. Šverc et al., 115-118. Ljubljana: Ministrstvo za šolstvo in šport.
- Kerec, B. 2002. Mlečna cesta znanja: med tradicijo in virtualnostjo tudi v prihodnosti. V *Razvoj visokošolskih knjižnic za univerzo 21. stoletja*, ur. M. Dolgan-Petrič, 55-67. Ljubljana: Centralna tehniška knjižnica.
- Kotler, P. in A. R. Andreasen. 1996. *Strategic Marketing For Non Profit Organization*. New Jersey: Prentice Hall.
- Logar-Pleško, A. 2002. Visokošolske knjižnice in njihova vloga pri prenovi univerzitetnega študija na prehodu v novo tisočletje. V *Razvoj visokošolskih knjižnic za univerzo 21. stoletja*, ur. M. Dolgan-Petrič, 39-53. Ljubljana: Centralna tehniška knjižnica.
- Lovelock, C. H. in L. Wright 2002. *Principles of Service Marketing and Management. Second edition*. New Jearsy: Prentice Hall.
- Musek Lešnik, K. 2003. *Od poslanstva do vizije zavoda in neprofitne organizacije*. Ljubljana: IPSOS.
- Musek Lešnik, K. 2007. *Pomen jasne vizije, poslanstva in organizacijskih vrednot za podjetje*. Brezovica: IPSOS.
- O'Hallaron, R. D. in D.R. O'Hallaron 2000. *The Mission Primer: Four Steps To an Effective Mission Statement*. Virginia: Mission Incorporated.
- Pečko-Mlekuš, H. 2002. Slovenske visokošolske knjižnice v evropskem prostoru. V *Razvoj visokošolskih knjižnic za univerzo 21. stoletja*, ur. M. Dolgan-Petrič, 23-37. Ljubljana: Centralna tehniška knjižnica.
- Potočnik, V. 2000. *Trženje storitev*. Ljubljana: Gospodarski vestnik.
- Snoj, B. 1998. *Management storitev*. Koper: Visoka šola za management.

- Šverc, A. et al. ur. 2007. Pomembni premiki v vzgojno-izobraževalnem sistemu v obdobju 2005-2007. V *Slovensko šolstvo včeraj, danes, jutri*, ur. A. Šverc et al, 90-95. Ljubljana: Ministrstvo za šolstvo in šport.
- Trunk-Širca, N. in M. I. Tavčar. 1998. *Management nepridobitnih organizacij*. Koper: Visoka šola za management.
- Trunk-Širca, N. 2004. *Amodelnost samoevalvacijskih procesov*. Koper: Visoka šola za management.
- Wolf, T. 1999. *Managing a Nonprofit Organization in the Twenty-First Century*. New York : Simon & Schuster.
- Čok, L., S. Žitko in K. Murai. B. l. *Moja univerza*. Poslovni dokument, Univerza na primorskem. [Http://www.upr.si/fileadmin/user_upload/Publikacija_UP/UP_low.pdf](http://www.upr.si/fileadmin/user_upload/Publikacija_UP/UP_low.pdf) (16. 7. 2009).
- Fakulteta za management Koper. 2009. *Letno poročilo za leto 2008*. Poslovni dokument, UP FM. [Http://www.fm-kp.si/Files/File/interni%20akti/POROCILO-08%20sprejet%2020-2-09%20poslovni.pdf](http://www.fm-kp.si/Files/File/interni%20akti/POROCILO-08%20sprejet%2020-2-09%20poslovni.pdf) (8. 7. 2009).
- Fakulteta za management Koper. B. l. a. *Predstavitev Fakultete za management Koper*. [Http://www.fm-kp.si/index.php?showid=23](http://www.fm-kp.si/index.php?showid=23) (2. 6. 2009).
- Fakulteta za management Koper. B. l. b. *Skrb za kakovost*. [Http://www.fm-kp.si/index.php?showid=40](http://www.fm-kp.si/index.php?showid=40) (2. 6. 2009).
- Fakultet za management Koper. B. l. c. *Knjižnica Fakultete za management Koper in Pedagoške fakultete Koper*. [Http://www.fm-kp.si/index.php?showid=106](http://www.fm-kp.si/index.php?showid=106) (2. 6. 2009).
- Fakulteta za management Koper. B. l. d. *Izbirnost in mobilnost*. [Http://www.fm-kp.si/index.php?showid=1063](http://www.fm-kp.si/index.php?showid=1063) (7. 7. 2009).
- Fakulteta za management Koper. B. l. e. *Priznavanje znanja in spretnosti*. [Http://www.fm-kp.si/index.php?showid=785](http://www.fm-kp.si/index.php?showid=785) (2. 6. 2009).
- Ministrstvo za visoko šolstvo, znanost in tehnologijo RS. (MVZT). B. l. *Kaj je bolonjski proces?* [Http://www.mvzt.gov.si/si/delovna_podrocja/znanost_in_visoko_solstvo/vi_soko_solstvo/bolonjski_proces/vsebina/?type=98](http://www.mvzt.gov.si/si/delovna_podrocja/znanost_in_visoko_solstvo/vi_soko_solstvo/bolonjski_proces/vsebina/?type=98) (7. 7. 2009).
- Statistični urad RS. 2009. *Izdatki sektorja država po namenih, Slovenija, 2000-2007*. [Http://www.stat.si/novica_prikazi.aspx?id=2120](http://www.stat.si/novica_prikazi.aspx?id=2120) (6. 7. 2009).
- Univerza na primorskem. B. l. *Kakovost*. [Http://www.upr.si/univerza/kakovost/](http://www.upr.si/univerza/kakovost/) (16. 5. 2009).
- Zakon o knjižničarstvu. (ZKnj-1). *Uradni list RS, št. 87/2001*.
- Zakon o visokem šolstvu (ZVis). *Uradni list RS, št. 119/2006*.

PRILOGE

Priloga 1: Anketni vprašalnik

Priloga 2: Izpisi SPSS (frekvenčne porazdelitve)

Priloga 3: Izpisi SPSS (povprečja in standardni odkloni)

Priloga 4: Test SPSS za hipotezo 1

Priloga 5: Test SPSS za hipotezo 2

Priloga 6: Test SPSS za hipotezo 3

Priloga 7: Test SPSS za hipotezo 4

Priloga 8: Test SPSS za hipotezo 5

Anketni vprašalnik

Pozdravljeni! Moje ime je Luca Stančič Kodarin, sem absolventka univerzitetnega študijskega programa Management na UP FM in v okviru diplomske naloge raziskujem poznavanje vizije in poslanstva UP FM. Vljudno prosim, da si vzamete nekaj minut časa in iskreno odgovorite na spodnja vprašanja. Sodelovanje v anketi je prostovoljno in anonimno, zbrane podatke pa bom uporabila izključno za pripravo diplomske naloge.

1. ŠTUDIJSKI PROGRAM VS Management UN
2. NAČIN ŠTUDIJA redni izredni
3. LETNIK ŠTUDIJA 1. 2. 3. absolvent

Poznavanje poslanstva in vizije FM

Ali poznate poslanstvo UP FM DA NE

Ali poznate vizijo UP FM DA NE

Ali veste, kje sta zapisana vizija in poslanstvo UP FM? Prosim, označite 1 odgovor.

- na spletni strani UP FM v ŠIS-u
- v študijskem vodniku ne vem

V kolikšni meri po vašem mnenju UP FM deluje skladno s svojim poslanstvom in vizijo?

popolnoma skladno	skladno	srednje skladno	neskladno	popolnoma neskladno
5	4	3	2	1

Knjižnica

V spodnji tabeli označite, kako pogosto obiskujete knjižnico in uporabljate storitve, ki jih ponuja (1-zelo redko, 2-redko, 3-včasih, 4-pogosto, 5-zelo pogosto). Če katere od storitev ne uporabljate ali ne poznate, to ustrezno označite (6-ne potrebujem, 7-ne poznam, 8-ne znam uporabljati).

Priloga 1

Storitve knjižnice uporabljam:	zelo pogosto	pogosto	včasih	redko	zelo redko	ne potrebujem	ne poznam	ne znam uporabljati
- rezervacijo gradiv	5	4	3	2	1	6	7	8
- izposoja knjig in revij	5	4	3	2	1	6	7	8
- medknjižnično izposoja	5	4	3	2	1	6	7	8
- iskanje gradiv v Cobiss-u	5	4	3	2	1	6	7	8
- on-line baze podatkov	5	4	3	2	1	6	7	8
- pregled zaključnih nalog	5	4	3	2	1	6	7	8
Knjižnico obiskujem:	5	4	3	2	1	6	7	8

V kolikšni meri ste zadovoljni s spodaj naštetimi storitvami UP FM? Prosim, označite en odgovor: 1-zelo nezadovoljen-a, 2- nezadovoljen-a, 3-srednje zadovoljen-a, 4-zadovoljen-a, 5-zelo zadovoljen-a, 0-ne poznam.

Zadovoljstvo s storitvami:	zelo zadovoljen-a	zadovoljen-a	srednje zadovoljen-a	nezadovoljen-a	zelo nezadovoljen-a	ne poznam
- obveščanje o spremembi urnika	5	4	3	2	1	0
- obveščanje o možnostih izmenjave (študij v tujini)	5	4	3	2	1	0
- obveščanje o možnostih opravljanja strokovne prakse v tujini	5	4	3	2	1	0
- pomoč referata pri različnih težavah	5	4	3	2	1	0
- odzivnost referata na klice/pošto	5	4	3	2	1	0
- svetovanje pri vpisu	5	4	3	2	1	0
- svetovanje za strokovno prakso	5	4	3	2	1	0
- svetovanje za poklicni razvoj	5	4	3	2	1	0
- obveščanje o možnostih priznavanja znanj in spretnosti	5	4	3	2	1	0
- obveščanje o možnostih izpolnjevanja mnenjskih anket o delovanju UP FM	5	4	3	2	1	0

Izpisi SPSS (frekvenčne porazdelitve)

studijski program

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	UNI program	104	36,9	36,9	36,9
	VS program	178	63,1	63,1	100,0
	Total	282	100,0	100,0	

nacin studija

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	redni	203	72,0	72,0	72,0
	izredni	79	28,0	28,0	100,0
	Total	282	100,0	100,0	

letnik studija

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.	64	22,7	22,7	22,7
	2.	87	30,9	30,9	53,5
	3.	60	21,3	21,3	74,8
	absolvent	71	25,2	25,2	100,0
	Total	282	100,0	100,0	

poznavanje poslanstva

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	da	136	48,2	48,2	48,2
	ne	146	51,8	51,8	100,0
	Total	282	100,0	100,0	

poznavanje vizije

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	da	121	42,9	42,9	42,9
	ne	161	57,1	57,1	100,0
	Total	282	100,0	100,0	

zapis poslanstva in vizije

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid spletna stran	168	59,6	59,6	59,6
studijski vodnik	41	14,5	14,5	74,1
sis	2	,7	,7	74,8
ne vem	43	15,2	15,2	90,1
spletna stran in studijski vodnik	28	9,9	9,9	100,0
Total	282	100,0	100,0	

skladnost poslanstva in vizije

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid popolnoma neskladno	6	2,1	2,1	2,1
neskladno	11	3,9	3,9	6,0
srednje skladno	108	38,3	38,3	44,3
skladno	103	36,5	36,5	80,9
popolnoma skladno	10	3,5	3,5	84,4
ne vem	44	15,6	15,6	100,0
Total	282	100,0	100,0	

rezervacija gradiv

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid zelo redko	88	31,2	31,2	31,2
redko	42	14,9	14,9	46,1
vcasih	81	28,7	28,7	74,8
pogosto	27	9,6	9,6	84,4
zelo pogosto	4	1,4	1,4	85,8
ne potrebujem	36	12,8	12,8	98,6
ne poznam	1	,4	,4	98,9
ne znam uporabljati	3	1,1	1,1	100,0
Total	282	100,0	100,0	

izposoja knjig in revij

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid zelo redko	56	19,9	19,9	19,9
redko	40	14,2	14,2	34,0
vcasih	96	34,0	34,0	68,1
pogosto	53	18,8	18,8	86,9
zelo pogosto	19	6,7	6,7	93,6
ne potrebujem	17	6,0	6,0	99,6
ne poznam	1	,4	,4	100,0
Total	282	100,0	100,0	

medknjižnicna izposoja

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid zelo redko	114	40,4	40,4	40,4
redko	37	13,1	13,1	53,5
vcasih	20	7,1	7,1	60,6
pogosto	6	2,1	2,1	62,8
ne potrebujem	72	25,5	25,5	88,3
ne poznam	21	7,4	7,4	95,7
ne znam uporabljati	12	4,3	4,3	100,0
Total	282	100,0	100,0	

iskanje gradiv v Cobissu

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid zelo redko	61	21,6	21,7	21,7
redko	31	11,0	11,0	32,7
vcasih	80	28,4	28,5	61,2
pogosto	47	16,7	16,7	77,9
zelo pogosto	38	13,5	13,5	91,5
ne potrebujem	17	6,0	6,0	97,5
ne poznam	5	1,8	1,8	99,3
ne znam uporabljati	2	,7	,7	100,0
Total	281	99,6	100,0	
Missing System	1	,4		
Total	282	100,0		

on-line baze podatkov

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid zelo redko	74	26,2	26,2	26,2
redko	49	17,4	17,4	43,6
vcasih	68	24,1	24,1	67,7
pogosto	23	8,2	8,2	75,9
zelo pogosto	12	4,3	4,3	80,1
ne potrebujem	38	13,5	13,5	93,6
ne poznam	9	3,2	3,2	96,8
ne znam uporabljati	9	3,2	3,2	100,0
Total	282	100,0	100,0	

pregled zaključnih nalog

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid zelo redko	88	31,2	31,2	31,2
redko	47	16,7	16,7	47,9
vcasih	54	19,1	19,1	67,0
pogosto	24	8,5	8,5	75,5
zelo pogosto	5	1,8	1,8	77,3
ne potrebujem	44	15,6	15,6	92,9
ne poznam	14	5,0	5,0	97,9
ne znam uporabljati	6	2,1	2,1	100,0
Total	282	100,0	100,0	

knjižnico obiskujem

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid zelo redko	60	21,3	21,5	21,5
redko	55	19,5	19,7	41,2
vcasih	101	35,8	36,2	77,4
pogosto	41	14,5	14,7	92,1
zelo pogosto	12	4,3	4,3	96,4
ne potrebujem	9	3,2	3,2	99,6
ne poznam	1	,4	,4	100,0
Total	279	98,9	100,0	
Missing System	3	1,1		
Total	282	100,0		

obvescanje o spremembi urnika

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	zelo nezadovoljen	8	2,8	2,8	2,8
	nezadovoljen	20	7,1	7,1	9,9
	srednje zadovoljen	84	29,8	29,8	39,7
	zadovoljen	107	37,9	37,9	77,7
	zelo zadovoljen	63	22,3	22,3	100,0
	Total	282	100,0	100,0	

obvescanje o moznostih izmenjave

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ne poznam	12	4,3	4,3	4,3
	zelo nezadovoljen	8	2,8	2,8	7,1
	nezadovoljen	45	16,0	16,0	23,0
	srednje zadovoljen	97	34,4	34,4	57,4
	zadovoljen	91	32,3	32,3	89,7
	zelo zadovoljen	29	10,3	10,3	100,0
	Total	282	100,0	100,0	

obvescanje o moznostih strokovne prakse v tujini

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ne poznam	19	6,7	6,8	6,8
	zelo nezadovoljen	22	7,8	7,8	14,6
	nezadovoljen	71	25,2	25,3	39,9
	srednje zadovoljen	91	32,3	32,4	72,2
	zadovoljen	62	22,0	22,1	94,3
	zelo zadovoljen	16	5,7	5,7	100,0
	Total	281	99,6	100,0	
Missing	System	1	,4		
Total		282	100,0		

pomoc referata pri tezavah

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ne poznam	2	,7	,7	,7
	zelo nezadovoljen	15	5,3	5,3	6,0
	nezadovoljen	41	14,5	14,6	20,6
	srednje zadovoljen	85	30,1	30,2	50,9
	zadovoljen	97	34,4	34,5	85,4
	zelo zadovoljen	41	14,5	14,6	100,0
	Total	281	99,6	100,0	
Missing	System	1	,4		
Total		282	100,0		

odzivnost referata na klice/posto

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ne poznam	3	1,1	1,1	1,1
	zelo nezadovoljen	11	3,9	3,9	5,0
	nezadovoljen	32	11,3	11,3	16,3
	srednje zadovoljen	94	33,3	33,3	49,6
	zadovoljen	102	36,2	36,2	85,8
	zelo zadovoljen	40	14,2	14,2	100,0
	Total	282	100,0	100,0	

svetovanje pri vpisu

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ne poznam	14	5,0	5,0	5,0
	zelo nezadovoljen	11	3,9	3,9	9,0
	nezadovoljen	32	11,3	11,5	20,4
	srednje zadovoljen	103	36,5	36,9	57,3
	zadovoljen	93	33,0	33,3	90,7
	zelo zadovoljen	26	9,2	9,3	100,0
	Total	279	98,9	100,0	
Missing	System	3	1,1		
Total		282	100,0		

svetovanje za strokovno prakso

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ne poznam	64	22,7	22,8	22,8
	zelo nezadovoljen	9	3,2	3,2	26,0
	nezadovoljen	60	21,3	21,4	47,3
	srednje zadovoljen	87	30,9	31,0	78,3
	zadovoljen	55	19,5	19,6	97,9
	zelo zadovoljen	6	2,1	2,1	100,0
	Total	281	99,6	100,0	
Missing	System	1	,4		
Total		282	100,0		

svetovanje za poklicni razvoj

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ne poznam	84	29,8	29,9	29,9
	zelo nezadovoljen	19	6,7	6,8	36,7
	nezadovoljen	51	18,1	18,1	54,8
	srednje zadovoljen	83	29,4	29,5	84,3
	zadovoljen	39	13,8	13,9	98,2
	zelo zadovoljen	5	1,8	1,8	100,0
	Total	281	99,6	100,0	
Missing	System	1	,4		
Total		282	100,0		

obvescanje o moznostih priznavanja znanj in spretnosti

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ne poznam	69	24,5	24,5	24,5
	zelo nezadovoljen	16	5,7	5,7	30,1
	nezadovoljen	38	13,5	13,5	43,6
	srednje zadovoljen	92	32,6	32,6	76,2
	zadovoljen	53	18,8	18,8	95,0
	zelo zadovoljen	14	5,0	5,0	100,0
	Total	282	100,0	100,0	

obvescanje o izpolnjevanju mnenjskih anket

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid ne poznam	47	16,7	16,7	16,7
zelo nezadovoljen	15	5,3	5,3	22,0
nezadovoljen	28	9,9	9,9	31,9
srednje zadovoljen	105	37,2	37,2	69,1
zadovoljen	69	24,5	24,5	93,6
zelo zadovoljen	18	6,4	6,4	100,0
Total	282	100,0	100,0	

Izpisi SPSS (povprečja in standardni odkloni)

	N		Mean	Std. Deviation
	Valid	Missing		
obvescanje o spremembi urnika	282	0	3,70	,986
obvescanje o možnostih izmenjave	270	12	3,33	,974
obvescanje o možnostih strokovne prakse v tujini	262	20	2,92	1,042
pomoc referata pri tezavah	279	3	3,39	1,073
odzivnost referata na klice/posto	279	3	3,46	1,002
svetovanje pri vpisu	265	17	3,34	,957
svetovanje za strokovno prakso	217	65	2,95	,899
svetovanje za poklicni razvoj	197	85	2,80	,953
obvescanje o možnostih priznavanja znanj in spretnosti	213	69	3,05	,996
obvescanje o izpolnjevanju mnenjskih anket	235	47	3,20	,969

Test SPSS za hipotezo 1

Crosstab

			poznavanje poslanstva		Total
			da	ne	
nacin studija	redni	Count	94	109	203
		% within nacin studija	46,3%	53,7%	100,0%
	izredni	Count	42	37	79
		% within nacin studija	53,2%	46,8%	100,0%
Total		Count	136	146	282
		% within nacin studija	48,2%	51,8%	100,0%

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	1,072 ^b	1	,301		
Continuity Correction ^a	,814	1	,367		
Likelihood Ratio	1,071	1	,301		
Fisher's Exact Test				,353	,183
Linear-by-Linear Association	1,068	1	,301		
N of Valid Cases	282				

a. Computed only for a 2x2 table

b. 0 cells (,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 38,10.

Crosstab

			poznavanje vizije		Total
			da	ne	
nacin studija	redni	Count	85	118	203
		% within nacin studija	41,9%	58,1%	100,0%
	izredni	Count	36	43	79
		% within nacin studija	45,6%	54,4%	100,0%
Total		Count	121	161	282
		% within nacin studija	42,9%	57,1%	100,0%

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	,317 ^b	1	,573		
Continuity Correction ^a	,184	1	,668		
Likelihood Ratio	,317	1	,574		
Fisher's Exact Test				,594	,333
Linear-by-Linear Association	,316	1	,574		
N of Valid Cases	282				

a. Computed only for a 2x2 table

b. 0 cells (.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 33,90.

Test SPSS za hipotezo 2

Report

nacin studije		rezervacija gradiv	izposoja knjig in revij	medknjiznicna izposoja	iskanje gradiv v Cobissu	on-line baze podatkov	pregled zakljucnih nalog	knjiznico obiskujem
redni	Mean	2,25	2,79	1,58	2,89	2,39	2,16	2,63
	N	172	189	126	182	161	153	191
	Std. Deviation	1,104	1,211	,861	1,414	1,246	1,161	1,129
izredni	Mean	2,23	2,72	1,43	2,87	2,20	2,06	2,49
	N	70	75	51	75	65	65	78
	Std. Deviation	1,144	1,180	,728	1,212	1,019	1,074	1,114
Total	Mean	2,24	2,77	1,54	2,88	2,34	2,13	2,59
	N	242	264	177	257	226	218	269
	Std. Deviation	1,113	1,200	,826	1,356	1,186	1,134	1,125

ANOVA Table

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
rezervacija gradiv * nacin studija	Between Group (Combined)	,023	1	,023	,018	,892
	Within Groups	298,593	240	1,244		
	Total	298,616	241			
izposoja knjig in revij * nacin studija	Between Group (Combined)	,251	1	,251	,174	,677
	Within Groups	378,654	262	1,445		
	Total	378,905	263			
medknjiznicna izposoj * nacin studija	Between Group (Combined)	,795	1	,795	1,167	,281
	Within Groups	119,216	175	,681		
	Total	120,011	176			
iskanje gradiv v Cobissu * nacin studij	Between Group (Combined)	,029	1	,029	,016	,900
	Within Groups	470,469	255	1,845		
	Total	470,498	256			
on-line baze podatkov nacin studija	Between Group (Combined)	1,695	1	1,695	1,206	,273
	Within Groups	314,748	224	1,405		
	Total	316,442	225			
pregled zakljucnih nalog * nacin studija	Between Group (Combined)	,473	1	,473	,367	,545
	Within Groups	278,669	216	1,290		
	Total	279,142	217			
knjiznico obiskujem * nacin studija	Between Group (Combined)	1,186	1	1,186	,937	,334
	Within Groups	337,833	267	1,265		
	Total	339,019	268			

Test SPSS za hipotezo 3

Report

	poznavanje poslanstva								
	da			ne			Total		
	Mean	Std. Deviator	N	Mean	Std. Deviator	N	Mean	Std. Deviator	N
rezervacija gradiv	2,79	1,522	136	2,82	1,908	146	2,80	1,730	282
izposoja knjig in revij	3,08	1,253	136	2,88	1,547	146	2,98	1,414	282
medknjižnična izposoja	3,29	2,483	136	3,42	2,510	146	3,36	2,493	282
iskanje gradiv v Cobissu	3,10	1,588	135	3,26	1,678	146	3,18	1,634	281
on-line baze podatkov	2,98	1,864	136	3,33	2,105	146	3,16	1,996	282
pregled zaključnih nalog	2,86	1,871	136	3,33	2,232	146	3,10	2,075	282
knjižnico obiskujem	2,81	1,196	136	2,63	1,362	143	2,72	1,284	279

ANOVA Table

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
rezervacija gradiv * Between Groups (Combined)	,056	1	,056	,019	,891
poznavanje poslanstv Within Groups	840,823	280	3,003		
Total	840,879	281			
izposoja knjig in revij Between Groups (Combined)	2,741	1	2,741	1,373	,242
poznavanje poslanstv Within Groups	559,131	280	1,997		
Total	561,872	281			
medknjižnična izposoja Between Groups (Combined)	1,077	1	1,077	,173	,678
poznavanje poslanstv Within Groups	745,749	280	6,235		
Total	746,826	281			
iskanje gradiv v Cobissu * Between Groups (Combined)	1,886	1	1,886	,706	,402
poznavanje poslanstv Within Groups	745,858	279	2,673		
Total	747,744	280			
on-line baze podatkov Between Groups (Combined)	8,666	1	8,666	2,184	,141
poznavanje poslanstv Within Groups	111,153	280	3,968		
Total	119,819	281			
pregled zaključnih nalog * Between Groups (Combined)	15,453	1	15,453	3,622	,058
poznavanje poslanstv Within Groups	194,565	280	4,266		
Total	210,018	281			
knjižnico obiskujem * Between Groups (Combined)	2,245	1	2,245	1,362	,244
poznavanje poslanstv Within Groups	456,386	277	1,648		
Total	458,631	278			

Report

	poznavanje vizije								
	da			ne			Total		
	Mean	Std. Deviation	N	Mean	Std. Deviation	N	Mean	Std. Deviation	N
rezervacija gradiv	2,81	1,496	121	2,80	1,891	161	2,80	1,730	282
izposoja knjig in revij	3,12	1,249	121	2,87	1,521	161	2,98	1,414	282
medknjižnična izposoja	3,00	2,356	121	3,63	2,566	161	3,36	2,493	282
iskanje gradiv v Cobissu	3,23	1,601	121	3,14	1,663	160	3,18	1,634	281
on-line baze podatkov	2,95	1,816	121	3,32	2,114	161	3,16	1,996	282
pregled zaključnih nalog	2,90	1,850	121	3,25	2,223	161	3,10	2,075	282
knjižnico obiskujem	2,93	1,182	120	2,56	1,339	159	2,72	1,284	279

ANOVA Table

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
rezervacija gradiv * poznavanje vizije	Between Groups (Combined)	,015	1	,015	,005	,943
	Within Groups	840,864	280	3,003		
	Total	840,879	281			
izposoja knjig in revij * poznavanje vizije	Between Groups (Combined)	4,471	1	4,471	2,246	,135
	Within Groups	557,401	280	1,991		
	Total	561,872	281			
medknjižnična izposoja poznavanje vizije	Between Groups (Combined)	27,186	1	27,186	4,427	,036
	Within Groups	1719,640	280	6,142		
	Total	1746,826	281			
iskanje gradiv v Cobiss * poznavanje vizije	Between Groups (Combined)	,529	1	,529	,198	,657
	Within Groups	747,214	279	2,678		
	Total	747,744	280			
on-line baze podatkov poznavanje vizije	Between Groups (Combined)	9,272	1	9,272	2,338	,127
	Within Groups	1110,547	280	3,966		
	Total	1119,819	281			
pregled zaključnih nalog * poznavanje vizije	Between Groups (Combined)	8,649	1	8,649	2,016	,157
	Within Groups	1201,369	280	4,291		
	Total	1210,018	281			
knjižnico obiskujem * poznavanje vizije	Between Groups (Combined)	9,123	1	9,123	5,622	,018
	Within Groups	449,507	277	1,623		
	Total	458,631	278			

Correlations

		knjiznico obiskujem	rezervacija gradiv	izposoja knjig in revij	medknjiznicna izposoja	iskanje gradiv v Cobissu	on-line baze podatkov	pregled zakljucnih nalog
knjiznico obiskujem	Pearson Correla	1	,333**	,667**	,053	,417**	,208**	,142*
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,374	,000	,000	,018
	N	279	279	279	279	278	279	279
rezervacija gradiv	Pearson Correla	,333**	1	,414**	,326**	,274**	,364**	,378**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000	,000	,000
	N	279	282	282	282	281	282	282
izposoja knjig in revij	Pearson Correla	,667**	,414**	1	,193**	,406**	,335**	,225**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,001	,000	,000	,000
	N	279	282	282	282	281	282	282
medknjiznicna izpos	Pearson Correla	,053	,326**	,193**	1	,212**	,407**	,443**
	Sig. (2-tailed)	,374	,000	,001		,000	,000	,000
	N	279	282	282	282	281	282	282
iskanje gradiv v Cob	Pearson Correla	,417**	,274**	,406**	,212**	1	,424**	,278**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000		,000	,000
	N	278	281	281	281	281	281	281
on-line baze podatkov	Pearson Correla	,208**	,364**	,335**	,407**	,424**	1	,562**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000		,000
	N	279	282	282	282	281	282	282
pregled zakljucnih n	Pearson Correla	,142*	,378**	,225**	,443**	,278**	,562**	1
	Sig. (2-tailed)	,018	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	279	282	282	282	281	282	282

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Test SPSS za hipotezo 4

Report

	nacin studija								
	redni			izredni			Total		
	Mean	N	Std. Deviation	Mean	N	Std. Deviation	Mean	N	Std. Deviation
obvescanje d spremembi urnika	3,68	203	1,010	3,75	79	,926	3,70	282	,986
obvescanje d moznostih izmenjave	3,32	195	,990	3,35	75	,937	3,33	270	,974
obvescanje d moznostih strokovne prakse v tujini	2,89	187	1,039	3,00	75	1,053	2,92	262	1,042
pomoc referata pri tezavah	3,48	201	1,077	3,14	78	1,028	3,39	279	1,073
odzivnost referata na klice/posto	3,46	200	1,036	3,46	79	,917	3,46	279	1,002
svetovanje p vpisu	3,34	195	,974	3,34	70	,915	3,34	265	,957
svetovanje z strokovno prakso	2,89	156	,891	3,10	61	,907	2,95	217	,899
svetovanje z poklicni razv	2,74	142	,920	2,95	55	1,026	2,80	197	,953
obvescanje d moznostih priznavanja znanj in spretnosti	3,06	160	,982	3,02	53	1,047	3,05	213	,996
obvescanje d izpolnjevanju mnenjskih anket	3,13	168	,949	3,39	67	,999	3,20	235	,969

ANOVA Table

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
obvescanje o spremeh urnika * nacini studija	Between Groups (Combined) Within Groups Total	1 280 281	,256 ,975	,262	,609
obvescanje o moznostih izmenjav * nacini studija	Between Groups (Combined) Within Groups Total	1 268 269	,045 ,953	,047	,829
obvescanje o moznostih strokovnih praksah v tu nacini studija	Between Groups (Combined) Within Groups Total	1 260 261	,675 1,087	,621	,431
pomoc referata pri tezavah * nacini studija	Between Groups (Combined) Within Groups Total	1 277 278	6,556 1,132	5,790	,017
odzivnost referata na klince/posto * nacini studija	Between Groups (Combined) Within Groups Total	1 277 278	,001 1,008	,001	,974
svetovanje pri vpisu * nacini studija	Between Groups (Combined) Within Groups Total	1 263 264	,000 ,919	,000	,996
svetovanje za strokovne prakse * nacini studija	Between Groups (Combined) Within Groups Total	1 215 216	1,885 ,803	2,349	,127
svetovanje za poklicni razvoj * nacini studija	Between Groups (Combined) Within Groups Total	1 195 196	1,683 ,904	1,862	,174
obvescanje o moznostih priznavanja znanj in spretnosti * nacini studija	Between Groups (Combined) Within Groups Total	1 211 212	,076 ,997	,076	,783
obvescanje o izpolnjevanju mnenj anket * nacini studija	Between Groups (Combined) Within Groups Total	1 233 234	3,315 ,928	3,571	,060

Test SPSS za hipotezo 5

Crosstab

			poznavanje poslanstva		Total
			da	ne	
letnik studija	1.	Count	33	31	64
		% within letnik studija	51,6%	48,4%	100,0%
	2.	Count	42	45	87
		% within letnik studija	48,3%	51,7%	100,0%
	3.	Count	31	29	60
		% within letnik studija	51,7%	48,3%	100,0%
absolvent	Count	30	41	71	
	% within letnik studija	42,3%	57,7%	100,0%	
Total	Count	136	146	282	
	% within letnik studija	48,2%	51,8%	100,0%	

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	1,584 ^a	3	,663
Likelihood Ratio	1,589	3	,662
Linear-by-Linear Association	,858	1	,354
N of Valid Cases	282		

a. 0 cells (,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 28,94.

Crosstab

			poznavanje vizije		Total
			da	ne	
letnik studija	1.	Count	25	39	64
		% within letnik studija	39,1%	60,9%	100,0%
	2.	Count	42	45	87
		% within letnik studija	48,3%	51,7%	100,0%
	3.	Count	29	31	60
		% within letnik studija	48,3%	51,7%	100,0%
absolvent	Count	25	46	71	
	% within letnik studija	35,2%	64,8%	100,0%	
Total	Count	121	161	282	
	% within letnik studija	42,9%	57,1%	100,0%	

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	3,848 ^a	3	,278
Likelihood Ratio	3,870	3	,276
Linear-by-Linear Association	,325	1	,569
N of Valid Cases	282		

a. 0 cells (,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 25,74.