

UNIVERZA NA PRIMORSKEM
FAKULTETA ZA MANAGEMENT KOPER
Dodiplomski visokošolski strokovni študijski program Management

Diplomska naloga
TRŽENJE IN KAKOVOST VISOKOŠOLSКИH
STORITEV

Mentor: Armand Faganel, univ. dipl. ekon.
Obrađnavana organizacija: Fakulteta za management Koper

POVZETEK

Obravnavana problematika naloge je kakovost in trženje visokošolskih storitev. Z osamosvojitvijo Slovenije se na področju izobraževanja pojavijo spremembe. Z razvojem zasebnih zavodov se na trgu visokošolskega izobraževanja pojavi večja konkurenca. Izobraževanje postane blago, ki se prodaja in kupuje.

Namen diplomske naloge je ugotoviti pomembnost trženja visokošolskih storitev in skrbi za kakovost visokošolskih zavodov. S pomočjo raziskovalne ankete smo želeli izmeriti zaznavanje kakovosti visokošolskih storitev med študenti.

Ključne besede: storitev, študent, trženje, visokošolske ustanove, samoevalvacija.

ABSTRACT

The subject of our diploma work is quality and marketing of higher education services. With independence of Slovenia changes appeared in the field of education. In the field of higher education appeared greater competition with development of private institutions. Education becomes selling and buying subject.

The aim of our diploma work is to find out the importance of marketing the higher education services and quality assurance of higher education institutions. We wanted to measure the perceptions of higher education services among students, using research questionnaire.

Key words: service, student, marketing, higher education institutions, self-evaluation.

UDK 339.138:378 (043.2)

VSEBINA

| | |
|---|-----------|
| 1 Uvod | 1 |
| 1.1 Opredelitev problema, namen in cilj dela | 1 |
| 1.2 Omejitve in predpostavke..... | 2 |
| 2 Visoko šolstvo v Sloveniji | 3 |
| 2.1 Zakon o visokem šolstvu..... | 3 |
| 2.1.1 Spremembe in dopolnitve visokega šolstva | 4 |
| 2.2 Visokošolski zavodi | 5 |
| 2.2.1 Ustanavljanje visokošolskih zavodov | 6 |
| 2.2.2 Avtonomija visokošolskih zavodov | 7 |
| 2.2.3 Financiranje visokošolskih zavodov | 7 |
| 2.2.4 Študijski programi..... | 7 |
| 2.3 Spodbude za razvoj visokošolskega izobraževanja..... | 7 |
| 3 Trženje storitev | 8 |
| 3.1 Splošna opredelitev storitev | 8 |
| 3.1.1 Storitve v izobraževanju..... | 8 |
| 3.1.2 Značilnosti storitev | 9 |
| 3.1.3 Sestavine storitev | 10 |
| 3.2 Splošna opredelitev trženja | 10 |
| 3.2.1 Marketing v izobraževanju..... | 11 |
| 3.2.2 Marketinška strategija | 11 |
| 3.2.2.1 Temeljne strategije trženja na področju izobraževanja | 12 |
| 3.2.3 Marketinško strateško načrtovanje..... | 12 |
| 3.2.3.1 Strateški načrt..... | 13 |
| 3.2.3.2 SWOT analiza izobraževalnih organizacij..... | 14 |
| 4 Kakovost storitev | 15 |
| 4.1 Splošna opredelitev kakovosti..... | 15 |
| 4.1.1 Zaznava koristi in pričakovanja odjemalcev storitev | 15 |
| 4.2 Kakovost storitev v izobraževanju | 15 |
| 4.2.1 Vplivni dejavniki kakovostnega izobraževanja | 16 |
| 4.3 Kakovost v visokem šolstvu..... | 17 |
| 4.4 Samoevalvacija..... | 18 |
| 4.4.1 Programska in institucionalna samoevalvacija | 19 |
| 4.4.2 Izvajanje samoevalvacije | 19 |
| 4.4.2.1 Faze samoevalvacijskega procesa | 20 |
| 4.4.3 Metode samoevalvacije..... | 20 |
| 4.5 Akreditacija | 20 |
| 4.6. Mednarodna primerljivost sistema kakovosti | 21 |
| 4.6.1 Elementi sistema za zagotavljanje kakovosti..... | 21 |

| | |
|--|-----------|
| 4.7 Pomembnost sistema kakovosti med visokošolskimi zavodi..... | 22 |
| 5 Predstavitev Fakultete za management Koper | 22 |
| 5.1 Univerza na Primorskem - UP | 22 |
| 5.2 Fakulteta za management Koper | 22 |
| 5.2.1 Vizija in poslanstvo fakultete..... | 23 |
| 5.2.2 Organiziranost fakultete | 23 |
| 5.2.3 Sodelovanje fakultete z okoljem | 23 |
| 5.2.4 Skrb za kakovost na fakulteti | 24 |
| 5.2.4.1 Področja spremljanja kakovosti | 24 |
| 5.2.4.2 Študentske ankete..... | 25 |
| 5.2.4.3 Priprava in obravnava samoevalvacijskega poročila na fakulteti | 26 |
| 6 Marketinški splet Fakultete za management Koper | 27 |
| 6.1. Splošna opredelitev | 27 |
| 6.1.1 Izobraževalna storitev | 27 |
| 6.1.2 Cena izobraževalnih storitev | 28 |
| 6.1.3 Lokacija izvajanja izobraževalnih storitev | 28 |
| 6.1.4 Promocija izobraževalnih storitev | 29 |
| 6.1.5 Ljudje | 29 |
| 6.1.6 Fizični dokazi | 30 |
| 6.1.7 Izvajanje izobraževalnih storitev..... | 30 |
| 7 Tržna raziskava | 32 |
| 7.1 Priprava raziskave | 32 |
| 7.2 Izvedba raziskave | 32 |
| 7.3 Analiza raziskave | 32 |
| 7.3.1 Struktura anketirancev | 32 |
| 7.3.2 Analiza vprašanj..... | 33 |
| 7.3.3 Ugotovitve analize | 42 |
| 8 Sklep..... | 45 |
| Literatura | 47 |
| Priloge | 49 |

KAZALO SLIK

| | |
|--|----|
| Slika 7.1 Prikaz strukture anketirancev po spolu | 32 |
| Slika 7.2 Delež rednih in izrednih študentov po spolu | 33 |
| Slika 7.3 Oblike medijev | 33 |
| Slika 7.4 Delež rednih in izrednih študentov po obliki medijev | 34 |
| Slika 7.5 Prikaz povprečnih ocen posameznih trditev za redne študente | 35 |
| Slika 7.6 Prikaz povprečnih ocen posameznih trditev za izredne študente | 36 |
| Slika 7.7 Prikaz povprečnih ocen posameznih področji za redne študente | 38 |
| Slika 7.8 Prikaz povprečnih ocen posameznih področji za izredne študente | 38 |
| Slika 7.9 Prikaz povprečnih ocen posameznih dimenzij za redne študente | 39 |
| Slika 8.1 Prikaz povprečnih ocen posameznih dimenzij za izredne študente | 40 |
| Slika 8.2 Pričakovanja študentov | 41 |
| Slika 8.3 Priporočanje študija drugim študentom | 42 |

KAZALO TABEL

| | |
|--|----|
| Tabela 3.1 SWOT analiza izobraževalne organizacije | 14 |
|--|----|

KRAJŠAVE

| | |
|------|---------------------------------|
| UP | Univerza na Primorskem |
| ECTS | European Credit Transfer System |
| RS | Republika Slovenija |
| FM | Fakulteta za management Koper |
| ŠIS | Študentski informacijski sistem |

1 UVOD

1.1 Opredelitev problema, namen in cilj dela

Pred slabim desetletjem je v Sloveniji na področju izobraževanja prevladoval monopol posameznih ustanov ali zavodov. Osamosvojitve Slovenije uvede veliko političnih, družbenih in ekonomskih sprememb. Družbe so postale bolj demokratične. Največja novost na področju izobraževanja pa je bil pojav konkurence. Poleg javnih izobraževalnih zavodov se ustanovijo še zasebne. Na trgu ponudbe izobraževanj so se začeli pojavljati novi izobraževalni programi, novi predavatelji, kar je prineslo novo osvežitev in raznolikost. Odjemalcem se je povečala možnost zbiranja med različnimi in hkrati sorodnimi izobraževalnimi programi. Boj za odjemalce storitev se je s tem začel (Lončar 2002, 650).

V današnjem času se pojav konkurence v izobraževanju bistveno povečal. Velik vpliv na ponudbo bolj specializiranih in splošnih izobraževalnih znanj ima tehnološki razvoj, ki se zelo hitro spreminja in ponuja vedno nova znanja. Statistični podatki nam prikazujejo dejstvo, da se vedno več posameznikov odloča za lastno izobraževanje, saj s tem želijo pridobiti nova ali dopolniti že pridobljena znanja. Hkrati pa se tudi zavedajo, da je izobraževanje vedno bolj potrebno in nujno.

Vsaka izobraževalna organizacija si želi ponujati zanimivo in pestro ponudbo, vendar to ni več dovolj. Zahteva in pričakuje se kakovost celotne ponudbe (kakovost celotnega izobraževalnega procesa). Kakovost ni le zahteva odjemalcev, ampak tudi samih visokošolskih zavodov (Stare 2001, 72). Izobraževanje je postalo blago, ki se prodaja in kupuje na trgu (Novak 2004, 760).

Z vidika trženja v visokem šolstvu niso dovolj le t. i. informativni dnevi, na katerih bodočim študentom predstavimo šolo in njene programe, ampak ugled šole in njenih programov v celoti - npr. kakovost vsebine in potek študija, cena študija, možnost nadaljnjega izobraževanja, prostorski pogoji v času študija itd. (Lončar 2001, 651). Devetak in Vukovič (2002, 289) definirata, da osrednji del področja izobraževanja predstavlja predvsem izvajanje storitev. Od uspešnosti, cene, kakovosti in pravočasnosti izvedene storitve je odvisno zadovoljstvo odjemalca.

Namen diplomske naloge je opredeliti ter definirati pojma trženje in kakovost na področju izobraževalnih storitev. Pomembno je, kako se organizacije tržijo oziroma katerih tržnih metod in orodij se poslužujejo. Spremljanje in ugotavljanje kakovosti na področju izobraževanja postaja nujno in del vsakoletnega poročila, ki ga visokošolski zavodi kot novost morajo pripraviti. Razvoj visokošolskega sistema v Sloveniji, se je s časom bistveno spremenil in delno približal evropskemu. V nalogi bomo prikazali tudi kako visokošolski zavodi ugotavljajo in zagotavljajo kakovost ter katerih metod se

poslužujejo. V drugem delu naloge bo sledila izvedba anketnega vprašalnika odprtega in zaprtega tipa, ki bo temeljil na zaznavanju kakovosti storitev na primeru šole – Fakulteta za management Koper (Univerza na Primorskem). Izbrana populacija bodo študentje visokošolskih zavodov Slovenije, vzorec pa bo temeljil izključno na študentih, ki obiskujejo izbrano fakulteto. Z raziskovanjem želimo predvsem ugotoviti, ali so študentje na Fakulteti za management Koper zadovoljni s kakovostjo ponujenega izobraževanja.

Teoretični del naloge bo temeljil na:

- prikazovanju, zakaj je pomembno trženje v visokošolskem izobraževanju,
- raziskovanju, katerih metod se visokošolski zavodi poslužujejo pri ugotavljanju zadovoljstva odjemalcev storitev,
- proučevanju, kako visokošolski zavodi zagotavljajo kakovost izvajanja svojih storitev.

Empirični del naloge bo temeljil na:

- izvajanju raziskave o zaznavanju kakovosti izobraževalnih storitev na izbrani fakulteti,
- analiziranju rezultatov anketnega vprašalnika,
- opredeljevanju predlogov in mnenj o ponujanju bolj kakovostnega izobraževanja.

1.2 Omejitve in predpostavke

Pri samem raziskovanju ali obravnavanju zastavljenih ciljev lahko prihaja do določenih omejitev. Največ težav ne bo povzročalo pridobivanje podatkov, ampak ugotavljanje, ali so pridobljeni podatki zanesljivi in resnični. Omejitev bo izrazita tudi pri anketnem raziskovanju, saj bo vzorec omejen na območje in število anketirancev.

S področja trženja in kakovosti je bilo izdanih veliko domačih in tujih publikacij ter strokovnih člankov, vendar zaradi leta izdaje ni bilo mogoče upoštevati vseh podatkov.

2 VISOKO ŠOLSTVO V SLOVENIJI

Zakon o visokem šolstvu (1993) ureja področje slovenskega visokošolskega izobraževanja. Študijski programi potekajo na javnih in samostojnih (zasebnih) visokošolskih zavodih.

2.1 Zakon o visokem šolstvu

Slovensko visoko šolstvo je sredi devetdesetih let doživelo začetek temeljitih sprememb. V letu 1993 je Državni zbor Republike Slovenije sprejel Zakon o visokem šolstvu (Uradni list RS, št. 67/93). Temeljna zakonska načela so bila (Svoljšak 2003, 5):

- večja avtonomija univerz in drugih visokošolskih zavodov,
- možnost ustanavljanja javnih in samostojnih visokošolskih zavodov,
- povezanost pedagoškega in raziskovalnega dela,
- vpisni pogoji na visokošolskih zavodih ter
- javnost in odgovornost njihovega dela.

Tako oblikovan zakon naj bi predvsem omogočal povečanje števila rednih in izrednih študentov ter diplomantov; prenovo podiplomskega študijskega programa; oblikovanje sistema zagotavljanja kakovosti; vzpostavitev sodobnega, evropsko primerljivega visokošolskega sistema ter tesnejše sodelovanje visokega šolstva, gospodarstva, lokalnih skupnosti (občine) in javnosti.

Zakon ureja in opredeljuje statusna vprašanja visokošolskih zavodov (ustanovitev, pravna oblika, pogoji za ustanovitev, premoženje, status, organi); izobraževalno, znanstveno-raziskovalno in umetniško delo (akreditacija študijskih programov, vrsta študijskih programov, vpisni pogoji, dolžina trajanja posameznih programov); javne službe v visokem šolstvu¹ in način financiranja (1. člen Zakona o visokem šolstvu). Vsebino zakona dopolnjujejo še pravice in dolžnosti študentov ter področje akreditacije.

V Sloveniji je bilo prvič oblikovano akreditacijsko telo – Svet Republike Slovenije za visoko šolstvo, ki je začelo delovati leta 1994. Preko njegovih meril za ocenjevanje študijskih programov in visokošolskih zavodov so bili vzpostavljeni temeljni študijski, raziskovalni in strokovni standardi. Svet Republike Slovenije za visoko šolstvo še vedno deluje kot akreditacijsko telo ali organ, ki je leta 2004 sprejel strožja merila ocenjevanja.²

¹ Javna služba v visokem šolstvu se določi z nacionalnim programom visokega šolstva. Vsebino in druge podrobnosti glej od 44. do 47. člen Zakona o visokem šolstvu.

² Merila, ki so mednarodno primerljiva z evropskim sistemom.

2.1.1 Spremembe in dopolnitve visokega šolstva

Slovensko visoko šolstvo se je v primerjavi s prejšnjim sistemom bistveno spremenilo in dopolnilo. Velika prelomnica začetka sprememb je podpis bolonjske deklaracije leta 1999 v Bologni. Ministri pristojni za visoko šolstvo ter ostali predstavniki (rektorji univerz), so s podpisom deklaracije postavili razvojne usmeritve. Bolonjski proces, imenovan po bolonjski deklaraciji, sodi med največje visokošolske reforme v zgodovini, saj je vanjo vključenih že petinštirideset evropskih držav in med njimi tudi Slovenija. Cilj procesa je ustvariti skupni evropski visokošolski prostor do leta 2010. Enoten visokošolski prostor naj bi evropsko visoko šolstvo naredil privlačnejšo in hkrati konkurenčnejšo na mednarodnem trgu študija. Sodelujoči v bolonjskem procesu so se doslej dogovorili za uresničevanje naslednjih ciljev in nalog (Leban 2004, 101):

- sprejetje sistema zlahka prepoznavnih in primerljivih diplom,³
- sprejetje sistema z dvema glavnima stopnjama – dodiplomsko in podiplomsko,⁴
- sprejetje kreditnega sistema študija,⁵
- uveljavljanje in zagotavljanje mobilnosti študentov in visokošolskih sodelavcev,⁶
- zagotavljanje in spremljanje kakovosti visokošolskega študija,
- pospeševanje evropske dimenzije v visokem šolstvu,⁷
- vseživljenjsko učenje,
- sodelovanje študentov in visokošolskih zavodov v bolonjskem procesu,
- privlačnost evropskega visokošolskega prostora.

Mnogo držav nima težav s prestrukturiranjem svojega visokošolskega sistema, saj je njihov način delovanja že od nekdanj podoben ali primerljiv. Ostale države, med njimi tudi Slovenija, bodo za takšne korenite spremembe morale najprej spremeniti in

³ Sprejeti sistem je eden temeljnih ciljev procesa, saj naj bi pospešil mednarodno konkurenčnost evropskega sistema visokega šolstva ter zaposlovanje evropskih državljanov (Ivančič 2004, 156). Sem spada *Priloga k diplomi* kot glavno orodje, ki omogoča priznavanje kvalifikacij in večjo mednarodno mobilnost. Priloga je brezplačna, saj predstavlja del diplome, ki mora biti izdana v slovenskem in angleškem jeziku.

⁴ Trajanje dodiplomskih študijskih programov je od tri do štiri leta, vrednost kreditnih točk je od 180 do 240 KT. Skupna vrednost posameznega letnika 60 KT. Trajanje magistrskih študijskih programov je od eno do dve leti, vrednost kreditnih točk je od 60 do 120 KT. Trajanje doktorskega študijskega programa je tri leta, vrednost kreditnih točk je 180 KT.

⁵ ECTS je najpogostejši kreditni sistem v Evropi. Vsak študijski predmet je ovrednoten s kreditnimi točkami. Sistem omogoča lažje prepoznavanje in razumevanje študijskih programov.

⁶ Mobilnost pomeni možnost opravljanja študija ali dela v tujini. S pospeševanjem mobilnosti naj bi se odpravljale ovire, ki bi omogočale lažji in hitrejši dostop do tujih univerz.

⁷ Pospeševanje evropske dimenzije zlasti z razvojem, medsebojnim sodelovanjem, mobilnostnimi načrti, usposabljanjem, raziskovanjem itd.

dopolniti zakonske osnove (Ivančič 2004, 157). Slovenija se je na konferenci v Berlinu (Berlinski komunike - september 2003) zavezala, da bo do maja 2005 sprejela naslednje odločitve (Leban 2004, 101):

- odločitve o uvedbi stopenjskega študija,
- zagotovilo o vzpostavitvi sistema spremljanja in zagotavljanja kakovosti v visokem šolstvu,
- zagotovilo o priznavanju izobrazbe in dela študija pridobljenega drugod.

Slovenija je maja 2004 sprejela Zakon o spremembah in dopolnitvah Zakona o visokem šolstvu, ki obsega sprejetje sistema študijskih stopenj,⁸ uveljavitev sistema prepoznavnih in primerljivih diplom⁹ ter uveljavitev nacionalnega sistema za zagotavljanje kakovosti.¹⁰ Meseca junija istega leta pa je bil sprejet tudi Zakon o priznavanju in vrednotenju izobraževanja¹¹, ki je začel veljati šele januarja 2005.

Visokošolski zavodi so s kreditnim sistemom študija začeli že leta 1998, najprej za podiplomske študijske programe in kasneje tudi za dodiplomske programe. Kljub enotnemu zgledovanju visokošolskih zavodov po evropskem sistemu (ECTS), so se odločitve posameznih zavodov med seboj bistveno razlikovale. Šele meseca aprila 2003 je Svet Republike Slovenije za visoko šolstvo ugotovil napačno vodeno politiko kreditnega sistema v visokem šolstvu in odločil, da je potrebno pripraviti nacionalni kreditni sistem (Svoljšak 2004, 5). Slovensko visoko šolstvo namenja velik pomen tudi mednarodnemu sodelovanju visokošolskih zavodov ter mobilnosti študentov in pedagoških sodelavcev. Slovenija sodeluje v projektih kot so Erasmus, Leonardo da Vinci itd.

2.2 Visokošolski zavodi

Med visokošolske zavode, ki izvajajo študijske programe, uvrščamo univerze, fakultete, umetniške akademije in visoke strokovne šole. Univerza zagotavlja razvoj znanosti, strokovnosti in umetnosti. Fakulteta opravlja znanstveno-raziskovalno in izobraževalno dejavnost s področja ene ali več znanstvenih disciplin ter skrbi za njihov razvoj. Pretežno umetniške in izobraževalne dejavnosti s področja ene ali več umetniških disciplin opravlja umetniška akademija, ki skrbi tudi za njihov razvoj. Visoka strokovna šola pa opravlja izobraževalno dejavnost s področja ene ali več strok ter skrbi za njihov razvoj (Devetak in Vukovič 2002, 12).

⁸ Glej opombe pod besedilo na strani 4.

⁹ Glej opombe pod besedilo na strani 4.

¹⁰ Za ugotavljanje in zagotavljanje kakovosti visokega šolstva bo ustanovljena Javna agencija za visoko šolstvo.

¹¹ Zakon vzpostavlja sistem, ki bo v primerjavi s prejšnjim bolj učinkovit, strokovno ustrežnejši in preglednejši glede priznavanja izobrazbe.

Med najpomembnejše javne visokošolske zavode uvrščamo (Ministrstvo za šolstvo in šport 2005):

1. Univerzo v Ljubljani, ki ima dvaindvajset fakultet, tri umetniške akademije in eno visoko strokovno šolo.
2. Univerzo v Mariboru, ki ima dvanajst fakultet, eno visoko strokovno šolo, članici univerze sta tudi Univerzitetna knjižnica Maribor in študentski domovi.
3. Univerzo na Primorskem, ki ima tri fakultete, dve visoko strokovni šoli, članice univerze so tudi Znanstveno-raziskovalno središče Koper, Primorski inštitut za naravoslovne in tehnične vede Koper ter študentski domovi.

Samostojni visokošolski zavodi postajajo vse bolj množični in konkurenčni. Skupno število tovrstnih visokošolskih zavodov je deset. Zavodi so zasebni in obsegajo pet fakultet in pet visoko strokovnih šol. Seznam tako javnih kot zasebnih visokošolskih zavodov je prikazan v prilogi.

Visokošolski zavodi zaposlujejo visokošolske učitelje in sodelavce ter znanstvene delavce. Docente, lektorje ter redne in izredne profesorje uvrščamo med visokošolske učitelje. V visokošolskih strokovnih programih pa imamo tudi predavatelje in višje predavatelje (52. člen Zakona o visokem šolstvu). Visokošolski sodelavci sodelujejo pri izvajanju izobraževalnega, znanstveno-raziskovalnega in umetniškega dela. Med sodelujoče uvrščamo asistente, strokovne svetnike, višje strokovne sodelavce, bibliotekarje, strokovne sodelavce in učitelje veččin (54. člen Zakona o visokem šolstvu). Znanstveni delavci pa so znanstveni svetniki, višji znanstveni sodelavci ter znanstveni sodelavci. Njihovo delo je predvsem znanstveno-raziskovalno (53. člen Zakona o visokem šolstvu).

2.2.1 Ustanavljanje visokošolskih zavodov

Pri ustanavljanju visokošolskih zavodov je potrebno poudariti, da javne zavode ustanavlja država, zasebne pa pravne¹² in fizične osebe. V 14. členu Zakona o visokem šolstvu so določeni pogoji, da se zavod lahko ustanovi le, če so:

- opredeljena študijska, znanstveno-raziskovalna ali umetniška področja,
- zagotovljeni ustrezni prostori in oprema,
- zagotovljeni visokošolski učitelji in sodelavci ter znanstveni delavci za izvedbo študijskega programa.

Mnenje o izpolnjevanju pogojev za ustanovitev visokošolskega zavoda daje Svet Republike Slovenije za visoko šolstvo. Pri oblikovanju mnenja se ravna po merilih za ocenjevanje visokošolskih zavodov in študijskih programov.

¹²Gospodarske družbe, gospodarske zbornice, zavodi itd.

2.2.2 Avtonomija visokošolskih zavodov

Visokošolski zavodi so pri svojem delu zelo avtonomni. Načelo avtonomije (6. člen Zakona o visokem šolstvu) zavodom zagotavlja predvsem:

- svobodo raziskovanja, umetniškega ustvarjanja in posredovanja znanj,
- samostojno urejanje notranje organizacije in delovanja,
- izbiro visokošolskih učiteljev in sodelavcev ter znanstvenih delavcev,
- izdelavo in sprejem študijskih in znanstveno-raziskovalnih programov,
- podeljevanje strokovnih in znanstvenih naslovov ter naziva častni doktorat in zaslužni profesor,
- upravljanje s premoženjem,
- določanje študijskega režima,
- določanje oblik in obdobjev preverjanja znanja študentov,
- itd.

2.2.3 Financiranje visokošolskih zavodov

Visokošolski zavodi se financirajo iz proračuna Republike Slovenije, šolnin in prispevkov za študij, plačil za storitve, dotacij, dediščin, daril ter drugih virov (72. člen Zakona o visokem šolstvu). Iz proračuna države se financirajo osebni dohodki, davki in prispevki zaposlenih, materialni stroški, obštudijske dejavnosti študentov, nakup in amortizacija nepremičnin, opreme ter druge dejavnosti (Devetak in Vukovič 2002, 21).

2.2.4 Študijski programi

Visokošolski zavodi izvajajo dodiplomske in podiplomske študijske programe. Pri dodiplomskih študijskih programih gre za visokošolske strokovne in univerzitetne programe, pri podiplomskih pa za pridobitev specializacije, magisterija in doktorata znanosti (32. člen Zakona o visokem šolstvu). Visokošolski strokovni študijski programi trajajo tri leta, izjemoma pa štiri, univerzitetni pa od štiri do šest let glede na izbiro študijske smeri. Pri podiplomskih študijskih programih specializacija traja eno do dve leti, magisterij dve leti in doktorat znanosti do štiri leta (36. člen Zakona o visokem šolstvu).

Študijske programe sprejemajo senati fakultet, umetniških akademij in visokih strokovnih šol. V primeru članstva z univerzo, je potrebno pridobiti soglasje univerzitetnega senata. Soglasje senata še ne pomeni izvedbo študijskega programa, saj potrebujemo še mnenje Sveta Republike Slovenije za visoko šolstvo.

2.3 Spodbude za razvoj visokošolskega izobraževanja

Med glavne spodbude razvoja izobraževanja v visokem šolstvu uvrščamo trg, tehnologijo, okolje in zakonodajo. Z analizo trga ali visokošolskega prostora, visokošolski zavodi lahko pridobijo veliko pomembnih podatkov. Pridobljeni viri lahko

služijo kot pozitivne ali negativne spodbude za nove oblike ponudb in povpraševanj (programi, ki ustrezajo trgu dela). Tehnologije in inovacije so spodbude, ki prispevajo:

- uvajanje novih učnih tehnologij na področju izobraževanja in raziskovanja,
- uvajanje nove tehnologije in
- izboljševanje okolja, kjer se opravljajo izobraževanja in raziskovanja.

Okolje kot specifična spodbuda, predstavlja zmanjševanje negativnih dejavnikov, ki obstajajo v zunanjem ali notranjem okolju zavoda. Zakonodaja pa vpliva na razvoj novih izobraževalnih programov in tudi na trajanje visokošolskega študija (Novak 2004, 394-395).

3 TRŽENJE STORITEV

3.1 Splošna opredelitev storitev

Beseda storitev izhaja iz latinske besede „*servio*”, ki ima v slovenskem prevodu lahko več pomenov, in sicer: delati za nekoga, streči, skrbeti zanj, pomagati komu oziroma narediti nekaj zanj, odslužiti, izvajati, oskrbovati, ponujati, delovati, zadovoljevati, obnašati se (Bradač 1990 v Snoj 1998, 32).

Storitve so dejavnosti (fizične ali umske), ki jih dobavitelj – izvajalec opravi v korist uporabnika - odjemalca. Odjemalec izvajalcu opravljeno storitev plača, kar pomeni, da se med njima ustvari tržno razmerje. Storitve so splet duševnega in fizičnega dela ter materialnih sestavin, ki so usmerjene v zadovoljevanje človeških potreb (Tavčar 2000, 133). Potočnik (2002, 18) opredeljuje storitve kot posebno dejanje ali delovanje, ki ga izvajalec storitve ponuja odjemalcu.

3.1.1 Storitve v izobraževanju

Med najpomembnejše izobraževalne storitve uvrščamo: predšolsko, osnovnošolsko, srednješolsko, poklicno izobraževanje; visoko strokovno izobraževanje; izobraževanje odraslih; e-izobraževanje; univerzitetni, dodiplomski program in specialistični, magistrski, doktorski podiplomski program fakultetnega izobraževanja.

Navedene storitve so lahko za redne učence, dijake, študente in druge posameznike. Poleg rednega študija se izvaja tudi izredni (ob delu) za visokošolsko (dodiplomski in podiplomski programi) in srednješolsko izobraževanje. Med druge oblike storitev, ki ponujajo izobraževanje, uvrščamo npr. strokovne seminarje, okrogle mize, posvetovanja, strokovne in znanstvene simpozije, ki lahko potekajo tako v domačem, kot v tujem okolju. V današnjem času se vse bolj uveljavlja tudi izobraževanje na

daljavo (e-izobraževanje), kjer študij poteka doma pri posamezniku (Devetak in Vukovič 2002, 107-108).

3.1.2 Značilnosti storitev

Storitve se od izdelkov razlikujejo po naslednjih značilnostih (Trnavčević in Zupanc Grom 2000, 47-49):

- neotipljivost ali abstraktnost,
- minljivost ali kratkotrajnost,
- spremenljivost ali variabilnost,
- nezmožnost skladiščenja,
- odsotnost lastništva,

Storitve so neotipljive. V nasprotju z proizvodnimi izdelki jih ni mogoče videti, preizkusiti ali občutiti. Z nakupom izdelka odjemalec lahko sorazmerno opredeli, kaj je dobil oziroma ali so bile njegove potrebe zadovoljene. Pri storitvah tega dejstva ne moremo opredeliti, kajti odjemalec po nakupu in uporabi storitve nima v lasti ničesar opredmetenega. Zaradi tega izvajalci težko pojasnjujejo in specificirajo ponujene storitve (Potočnik 2000, 20).

Trnavčević in Zupanc Grom (2000, 47-48) navajata, da odjemalci (študenti, dijaki, učenci), ne morejo preizkusiti izobraževanja, preden se ne vpišejo v šolo (osnovno in srednjo šolo, fakulteto). Hkrati pa ne vedo, kakšni bodo rezultati vzgojno-izobraževalnega dela, saj jim nihče ne more omogočiti, da natančno preizkusijo storitve zavoda. Zaradi neotipljivosti storitev storitvene organizacije poskušajo dodajati fizične dokaze, ki omogočajo odjemalcem delni pogled v storitev.

Med fizične dokaze z vidika izobraževanja lahko uvrščamo npr. opremljenost šole, računalniška učilnica, knjižnica, obštudijske dejavnosti itd.

Storitev kot proces poteka takrat, ko sta navzoča tako izvajalec kot odjemalec ob določenem urniku ali dogovoru. V primeru zamujenih predavanj, obštudijskih dejavnosti, ne moremo storitve vzeti iz skladišča ter jih nato uporabljati ločeno od drugih. Lastnost kratkotrajnosti imajo le storitve, ne pa izdelki. Storitve, ki je namenjena za takojšno uporabo ali prodajo, ni mogoče skladiščiti. Devetak in Vukovič (2002, 109) navajata, da določene storitve kot so npr. predavanja, popevke, prireditve itd., lahko skladiščimo in kasneje uporabljamo le, če so shranjene na video kasetah, CD-jih in drugih pripomočkih.

Minljivost storitev ni problematična takrat, kadar je povpraševanje stabilno, saj si izvajalci storitev vnaprej lahko zagotovijo ljudi in opremo (zmogljivosti). V primeru nestabilnega povpraševanja lahko prihaja do težav – če ponudba preseže povpraševanje, je vrednost storitev izgubljena (Potočnik 2000, 48).

Lastnina nad storitvijo se zaključi takrat, kadar med izvajalcem in odjemalcem ni več medsebojnih stikov. Storitve izvajata izvajalec in odjemalec skupaj. Sprejemljivost ali variabilnost storitev določa spremembe o kakovosti izvajanja. Storitve so odvisne od izvajalca, kraja, časa in načina izvajanja. Izobraževalne storitve se lahko izvajajo na sedežu naročnika ali izvajalca. V primeru izvajanja strokovnih srečanj in konferenc je mogoča tudi tretja lokacija. Storitve so neločljive od izvajalca, saj se istočasno proizvajajo in uporabljajo. (Potočnik 2000, 22-23) in (Trnavčević in Zupanc Grom, 2000, 48).

3.1.3 Sestavine storitev

S trženjskega vidika Potočnik (2000, 38-40) definira kot bistvene sestavine storitev storitveno organizacijo, odjemalce storitev in raven storitev.

Storitvena organizacija zagotavlja fizično podporo storitvam, kontaktno osebje in sistem notranje organiziranosti. Fizična podpora je snovna sestavina, ki je nujna za izvedbo storitev. Kot podporo storitvam lahko definiramo sredstva (npr. orodja, naprave), ki jih uporabljamo pri izvajanju ter okolje (npr. lokacija, zgradba), kjer storitev poteka. Kontaktno osebje so posamezniki ali skupine zaposlenih, ki so v neposrednem stiku z odjemalci pri ponujanju ali izvajanju storitev. Za uspešno trženje je strokovnost in sposobnost zaposlenih bistvenega pomena. Sistem notranje organiziranosti je odvisen od učinkovite in uspešne fizične podpore ter kontaktnega osebja (Snoj 1998, 60-61).

Snoj (1998, 62) in Potočnik (2000, 39) opredeljujeta odjemalce kot najmanj nadzorljivo sestavino storitev predvsem zaradi različnih želja, vrednot, preferenc, načinov vedenja, življenjskih stilov itd. Za oblikovanje ustrezne ponudbe so potrebna raziskovanja.

Ravni storitev so celote sestavljene iz osnovnih in pomožnih ali dodatnih storitev. Pomožne storitve prispevajo k večji kakovosti osnovnih storitev (Shanahan 1985 v Snoj 1998, 61). Delovanje vsake vpliva na kakovost celotne storitve, saj so med seboj povezane. Osnovna storitev visokošolskih zavodov je ponujanje izobraževalnih storitev. Kot dodatno storitev, ki izboljšuje in dopolnjuje osnovno storitev, lahko opredelimo npr. klimatizirani prostori, kjer potekajo predavanja, uporaba sodobne tehnologije za izvedbo predavanj in vaj itd.

3.2 Splošna opredelitev trženja

Marketing je eden izmed najpomembnejših elementov sodobnega in učinkovitega poslovanja podjetij, fizičnih in pravnih oseb, ki se ukvarjajo s trženjem svojih storitev. Je sposobnost prodati izdelek ali storitev na čim bolj kakovosten način in s čim višjo ceno, pri tem pa seveda zadovoljiti plačilno sposobnost odjemalcev (Lončar 2001, 650).

Marketing lahko opredelimo tudi kot proces, menjalni odnos, ki je pomemben za vse organizacije, ne glede na njihovo profitno ali neprofitno naravnost. Vključuje analizo, načrtovanje, nadzor in izvedbo. Usmerjen je v zagotavljanje zadovoljstva odjemalcev z upoštevanjem njihovih potreb in želja. Uspešnost marketinga je vidna po prodaji izdelka ali storitve (Trnavčevič in Zupanc Grom 2000, 27-30).

3.2.1 Marketing v izobraževanju

Izobraževanje se je s časom bistveno spremenilo tako z ekonomskega, socialnega in demografskega vidika. Vse spremembe so posledica globalizacije, internacionalizacije in ekonomskih gibanj. Demografska gibanja, predvsem upad števila natalitete in temu sorazmeren šolski prostor, so pomemben dejavnik pri vpeljevanju marketinga v šolstvu. Trnavčevič in Zupanc Grom (2000, 17-19) navajata naslednje razloge za uvajanje marketinga v izobraževanju:

- demografska gibanja,
- večja odgovornost šol do družbe,
- večja odzivnost šol,
- večja skrb za kakovost in izboljšanje kakovosti.

3.2.2 Marketinška strategija

Sestavni del strategije organizacije je marketinška strategija. Cilj takšne strategije je ustvarjanje prednosti pred tekmeci na trgu npr. z razvijanjem novih storitev in ustvarjanjem imidža. Strategijo lahko izvajamo s pomočjo sredstev, ki jih je potrebno vnaprej predvideti. Dobro zastavljena strategija je prvi pogoj za uspešno poslovanje organizacije (Devetak in Vukovič 2002, 185). Lončar (2001, 655) v svoji razpravi definira naslednje:

Izobraževalna organizacija mora poslovati kot marketinško zasnovana ustanova. Del strategije sodi tudi poznavanje ter spremljanje okolja in tekmecev. Med tekmeci oz. konkurenti nenehno poteka tekmovanje za vodilni položaj v svoji dejavnosti. V strategiji se izobraževalne organizacije morajo osredotočiti na nove konkurente, spremljanje obstoječih konkurentov in novosti na področju vsebine izobraževanj ter pridobivanju kandidatov (odjemalcev storitev). Učinki izbire prave marketinške strategije se kažejo v številu kandidatov, ki se želijo vključiti v določen izobraževalni program.

Na strategijo v izobraževanju lahko vpliva več dejavnikov in sicer: demografsko, gospodarsko, družbeno, kulturno, tehnično, tehnološko okolje ter plačilna sposobnost. Odjemalec je glavni element v okolju, kateremu se je potrebno prilagajati. Na osnovi različnih dejavnikov, ki vplivajo na okolje, oblikujemo strategijo. Spremembe se na trgu dogajajo zelo hitro, zato morajo organizacije nanj ustrezno reagirati in se prilagajati.

Osnovno vodilo marketinške strategije je nenehno prilagajanje spremembam na izobraževalnem trgu z upoštevanjem osnovnih elementov marketinškega načrtovanja, kot so: poslanstvo, cilji, naloge organizacije in strateški načrt. Novak 2004 v Sfiligoj 1993, 761 temeljno strategijo marketinga opredeljuje kot:

- selekcijo ciljnih trgov,
- izbiranje konkurenčnega položaja,
- oblikovanje marketinškega spleta,
- določanje celotnih izdatkov za marketinške aktivnosti,
- razporejanje razpoložljivih sredstev za marketing na posamezne instrumente, ki sestavljajo marketinški splet,
- časovni načrt za izvedbo posameznih aktivnosti.

Prve tri so najpomembnejše strategije marketinga, ostale pa se nanašajo na opredelitev in razvrstitev stroškov za izvedbo marketinških aktivnosti. Pomembno je poudariti, da pri strategiji opredelimo poslanstvo, vizijo in cilje izobraževalne organizacije, saj predstavljajo osnovo za opredelitev strategije.

3.2.2.1 Temeljne strategije trženja na področju izobraževanja

Z vidika marketinške strategije je za izobraževalno organizacijo pomembno predvsem to, kako dosegati konkurenčno prednost na trgu. Ponudniki morajo težiti k temu, da dosegajo vodilni položaj na trgu. Devetak (2001, 218) kot generične strategije marketinga uvršča naslednje:

1. Stroškovno prvenstvo:

Strategija izobraževalne organizacije je izvajanje storitev z minimalnimi stroški. Nevarnost na trgu je predvsem pojav konkurentov, ki izvajajo strategijo diferenciacije.

2. Diferenciacija:

Izobraževalne organizacije se močno prilagajajo odjemalcem z oblikovanjem storitev, ki zadovoljujejo njihove potrebe. Bistveno je osredotočanje in specializiranje na tiste posebnosti in pomembnosti storitev, ki so za odjemalce najpomembnejše, kajti le tako organizacija lahko ohrani prednost pred konkurenti in obdrži vodilni položaj na trgu.

3. Osredotočanje:

Izobraževalna organizacija se odloča za specializirano storitev na ožjem tržnem segmentu. Pogoj za uspeh je obvladovanje plačilne sposobnosti izbranega segmenta.

3.2.3 Marketinško strateško načrtovanje

Potočnik (1998, 29) opredeljuje strateško načrtovanje kot proces, saj je od njegove izvedbe lahko odvisen uspeh organizacije. Pri procesu marketinškega strateškega

načrtovanja je pomembno, da uresničujemo cilje organizacije. Pri samem procesu imajo najpomembnejšo vlogo odjemalci. Sestavni del marketinške strategije je načrtovanje, saj s pomočjo natančno definirane strateškega načrta organizacija lahko doseže zastavljene cilje (Devetak in Vukovič 2002, 191). Strateško načrtovanje omogoča iskanje realne poti do ciljev v dokaj predvidenih situacijah, ki jih organizacija lahko obvladuje. Pogosto je ta pot začrtana linearno in omogoča dobro razumevanje vseh podrobnosti v fazah na poti do cilja (Roncelli Vaupot 2002, 187-188).

3.2.3.1 Strateški načrt

Strateški načrt je kompleksen in dolgotrajen proces, saj zahteva nenehno zbiranje in analiziranje podatkov. Zbiranje in analiziranje podatkov je osnova za odločanje o vsaki potezi v procesu načrtovanja. Načrt kot dokument naj bo razumljiv in pregleden (Roncelli Vaupot 2002, 187).

Armstrong 1992 v Roncelli Vaupot 2002, 188-189 definira naslednje korake strateškega načrtovanja:

1. Opredelitev poslanstva in ciljev organizacije:

Poslanstvo je okvir programa, s katerim izobraževalna organizacija opredeli svojo dejavnost in vlogo v lokalni skupnosti. Cilji organizacije izhajajo iz poslanstva, ki naj bodo merljivi, dosegljivi, spodbudni za ljudi, ki se zavzemajo zanj in skladni ali podrejeni smotrom (najvišji, nadrejeni cilj). Znotraj organizacije smotri in cilji tvorijo hierarhijo. Cilj je zaželeno stanje ali dosežek, nekaj, kar moremo doseči, če si za to prizadevamo (Tavčar 2005, 152-153).

2. Določanje prioritete ciljev:

Pri določanju ali načrtovanju ciljev, se izobraževalne organizacije najprej osredotočajo na najpomembnejše in nujne cilje. Pri tovrstnem delu se organizacije poslužujejo SWOT ali SPIN analize.

3. Analiziranje obstoječih strategij na poti do izbranih ciljev:

Gre za pregledovanje ter analiziranje uspešnosti in učinkovitosti obstoječih pristopov za doseganje izbranih ali določenih ciljev.

4. Definiranje ključnih strateških nalog:

Pri pregledu različnih nalog se organizacije odločijo le za tiste, za katere menijo, da so najpomembnejše za doseg zastavljenih ciljev.

5. Opredelitev kritičnih točk:

Organizacije ugotavljajo, katere bi lahko bile ovire pri izvajanju načrtovanja. Zanje predvidijo učinke za načrtovanje in uresničevanje načrtovanega.

6. Priprava načrta:

S pripravo načrta v pisni obliki organizacija definira, kaj želi načrtovati oziroma katere zastavljene cilje želi doseči.

7. Nenehno spremljanje celotnega procesa in rezultatov:

Organizacija v vsaki fazi spremlja sam proces ter ugotavlja nastanek morebitnih učinkov ali ovir, hkrati pa tudi vrednoti, kako se načrtovani cilji uresničujejo.

3.2.3.2 SWOT analiza izobraževalnih organizacij

S SWOT ali SPIN analizo prikažemo prednosti in slabosti ter priložnosti in nevarnosti v izobraževalni organizaciji, ki nastopajo na trgu. Z analizo ovrednotimo in temeljito analiziramo stanje na trgu ter podatke iz preteklega in sedanjega obdobja. Analiza pomaga pri oblikovanju in izvajanju strategije marketinga (Devetak in Vuković 2002, 193).

V izobraževalnih organizacijah je analiza potrebna, predvsem zaradi želje po kakovostnem načrtovanju izobraževalnih storitev.

Tabela 3.1 SWOT analiza izobraževalne organizacije

| | | |
|-----------------|--|--|
| Notranje okolje | <u>Notranje prednosti:</u> <ul style="list-style-type: none">- dobro ime,- strokovno izobraženi izvajalci,- mednarodne in domače izkušnje izvajalcev,- tradicija,- fleksibilnost programov,- zanesljivost izvedbe programov,- lokacija v neposredni bližini ciljne populacije,- zavzetost izvajalcev za stalni napredek itd. | <u>Notranje slabosti:</u> <ul style="list-style-type: none">- neizkušenost izvajalcev,- pomanjkanje prostorov in drugih pripomočkov,- zaostajanje na področju raziskav in razvoja,- nejasna vizija,- ozek izbor izobraževalnih storitev,- nizka kakovost določenih storitev,- uporaba zastarele opreme,- pomanjkanje znanj na ključnih področjih poslovanja itd. |
| | <u>Zunanje priložnosti:</u> <ul style="list-style-type: none">- novi trgi,- širitev izvajanja programov izven lokacije organizacije,- možnost izvajanja novih programov,- pridobivanje dodatnih subvencij za izvajanje programov itd. | <u>Zunanje nevarnosti:</u> <ul style="list-style-type: none">- velik porast izobraževalnih organizacij s konkurenčnimi programi,- prodor tujih konkurentov z boljšo izobraževalno ponudbo,- večje zahteve po kakovosti itd. |

Vir: Devetak 2001, 224-226 in Novak 2004, 763

4 KAKOVOST STORITEV

4.1 Splošna opredelitev kakovosti

Kakovost ima ključen pomen tako v proizvodnem, kot v storitvenem sektorju. Kljub splošno poznanemu vplivu kakovosti na poslovno uspešnost organizacije v strokovni literaturi ni enotne opredelitve pojma. Različni avtorji definirajo pojem kakovost na različne načine (Cvikl 2001, 310):

- odličnost, vrednost (Abbot),
- skladnost z zahtevami (Crosby),
- izogibanje izgubi (Taguchi),
- doseganje ali preseganje pričakovanj odjemalcev (Parasuraman, Zeithaml, Berry) itd.

Kakovost delovanja vsake organizacije temelji na zadovoljstvu udeležencev (odjemalcev) v menjalnih procesih. Odjemalci so zadovoljni takrat, kadar v njihovih zaznavah prejete koristi presegajo njihova pričakovanja. Takšna pričakovanja so lahko odvisna od mnogih dejavnikov ali vplivov. Pri storitvah je pomembna korist, ki jo odjemalec zazna pri izvajanju; pri izdelkih pa korist, ki ga daje sam izdelek (Tavčar 2005, 162). Na kakovost storitev ali izdelkov lahko vplivajo posamezniki, organizacije in država. Posamezniki – odjemalci vplivajo s svojimi zahtevami in željami, organizacije z izvajanjem storitev ter država z zakoni, institucijami, ki vplivajo na kakovost življenja (Tavčar 1996 v Meško Štok 2002, 146).

Potočnik (2004, 92) opredeljuje kakovost kot lepoto, ki je določena z očmi opazovalca. V storitvenem procesu je opazovalec storitve odjemalec. Odjemalci imajo pri določanju kakovosti pomembno vlogo. Kakovost se izraža z odjemalčevim zadovoljstvom, navdušenjem in razočaranjem, ki ga doživi neposredno s storitvijo.

4.1.1 Zaznava koristi in pričakovanja odjemalcev storitev

Zaznave koristi se razlikujejo od pričakovanj. Menjava je uspešna, če koristi storitve presegajo odjemalčeva pričakovanja in neuspešna, če koristi zaostajajo za pričakovanji. Prava kakovost je tista, ki jo odjemalec pričakuje ali potrebuje (Tavčar 2005, 162-163). Na zadovoljstvo storitev močno vplivajo pričakovanja odjemalcev; višja kot so pričakovanja, večje je zadovoljstvo in obratno.

4.2 Kakovost storitev v izobraževanju

Kakovost izobraževanja je težko opredeliti, saj različni ljudje pojem kakovost v zvezi s šolo in šolskimi dejavnostmi definirajo različno. Znotraj sistema obstajajo različni vidiki, ki vplivajo na opredelitev kakovosti.

Med omenjene vidike uvrščamo: vidik uporabnikov kadrov, vidik udeležencev izobraževanja (odjemalci) in vidik managementa v izobraževanju. Visokošolski zavodi zadovoljujejo potrebe odjemalcev s pomočjo države in lastnih aktivnosti. Pomoč države je razvidna pri financiranju rednih dejavnosti (npr. plače zaposlenih), lastna aktivnost pa v zagotavljanju kakovosti pri izvedbi izobraževalnih programov (Stare 2001, 72).

4.2.1 Vplivni dejavniki kakovostnega izobraževanja

Obstaja veliko dejavnikov, ki vplivajo na kakovost izobraževanja visokošolskih zavodov. Ne mogoče je natančno opredeliti število tovrstnih dejavnikov, saj nanj lahko vpliva vsaka podrobnost. Stare (2001, 74-77) med najpomembnejše dejavnike, ki vplivajo na kakovost opredeljuje naslednje:

1. Vodstvo visokošolskega zavoda:

Zagotavljanje kakovosti je primarna naloga vodstva zavoda (od dekana do senata). Dekan kot strokovni vodja usklajuje izobraževalno, znanstveno-raziskovalno in drugo delo. Hkrati skrbi tudi za zakonitost dela. Senat kot najvišji strokovni organ pa razpravlja in sklepa zadeve o študijskih programih in njegove izvedbe. Vodstvo določi vizijo razvoja in pripravi načrt, kako uresničiti zastavljene cilje in ideje.

2. Izobraževalni program:

Študijski programi vplivajo na zagotavljanje kakovostne storitve. Cilji izobraževalnega (študijskega) programa morajo biti usklajeni s cilji delovanja zavoda. Vsebina programa mora biti natančno in razumljivo opredeljena (npr. osnovni in izbirni predmeti, kreditni sistem točkovanja predmetov za prehod v naslednji letnik, dokončanje in nadaljevanje študija). Z vsebino programa morajo biti seznanjeni tako študenti kot strokovni in pedagoški sodelavci.

3. Pedagoški sodelavci:

Najpomembnejši dejavnik zagotavljanja kakovosti izobraževanja predstavljajo pedagoški sodelavci – predavatelji in asistenti, ki jih morajo visokošolski zavodi nenehno spodbujati k usposabljanju in izpopolnjevanju. Pedagoški sodelavec mora zelo dobro obvladati svoje strokovno področje tako s teoretičnega kot praktičnega vidika. Svoja pridobljena teoretična znanja dopolnjuje s praktičnimi primeri iz prakse. Visokošolski zavodi se morajo zavedati tudi pomena, ki ga imajo različne metode in tehnike poučevanja za zagotavljanje kakovosti študija; zato naj spodbujajo izobraževanje pedagoških sodelavcev glede didaktike, pedagogike in mentorstva.

Pozornost je potrebno nameniti tudi sodelovanju pedagoških sodelavcev s študenti izven predavanj in vaj preko že določenih ali vnaprej določenih pogovornih ur in preko elektronske pošte.

4. Opremljenost za izvedbo izobraževalnega procesa:

Uporaba sodobne tehnologije vpliva na proces izvajanja izobraževanja. Z uporabo računalnika, interneta, videa itd., lahko pedagoški sodelavci svoja predavanja opravijo bolj kakovostno, poučno, razumljivo in zanimivo. Uporaba tehnologije je smiselna pri vseh predmetih in ne samo pri predmetu s področja informatike. Pri izobraževanju ne smemo pozabiti na strokovno literaturo, učbenike in druga študijska gradiva, ki prav tako prispevajo k boljši kakovosti izobraževanja.

5. Organizacijsko-administrativne naloge:

Kot organizacijsko-administrativne naloge, ki vplivajo na kakovost izobraževanja opredeljujemo predvsem naloge s področja administracije, računovodstva in drugih dejavnosti. Kakovost splošnih strokovnih opravil, ki so potrebna pri izvedbi študija, zagotavljajo strokovni in tehnični sodelavci. Referat za študentske zadeve je najpomembnejša služba za študente, kjer se pridobijo vsi potrebni podatki o pogojih in postopkih vpisa na visokošolski zavod; raznovrstna potrdila o vpisu, o opravljenih izpitih, o poteku diplomiranja itd. Določena opravila lahko študentje opravijo tudi sami s pomočjo informacijskega sistema preko interneta (npr. odjava in prijava izpita, pregled izpitnih rokov, finančnega stanja itd). Čas obratovanja strokovnih služb mora ustrezati študentom rednega in izrednega dodiplomskega ter podiplomskega študijskega programa.

6. Študentje:

Pozitiven vpliv na zagotavljanje kakovosti izobraževanja imajo tudi študentje predvsem pri podajanju mnenj in pripomb glede izvedbe izobraževalnega procesa. S pomočjo anketnih vprašalnikov visokošolski zavodi ocenjujejo izvedbo predavanj in vaj. Pridobljena mnenja in pripombe lahko pripomorejo k boljši kakovosti izobraževanja.

Pomembno je poudariti, da je kakovost izobraževanja skrb države, visokošolskih zavodov, strokovnih in pedagoških sodelavcev ter študentov.

4.3 Kakovost v visokem šolstvu

Kakovost predstavlja pomembno vlogo pri razvoju visokega šolstva. Ena od prioritet bolonjskega procesa je tudi vzpostavitev učinkovitega sistema kakovosti. Vsak visokošolski zavod mora skrbeti in zagotavljati ustrezno kakovost svojih storitev. Z uporabo določenih postopkov se spremlja, ugotavlja in ocenjuje kakovost storitev. Sistem spremljanja in zagotavljanja kakovosti visokošolskega prostora temelji na evalvaciji in akreditaciji. Evalvacija pomeni sistem za zagotavljanje kakovosti delovanja izobraževalne organizacije, vključno s študijskimi programi (Devetak in Vukovič 2002, 301). Sama evalvacija lahko poteka na ravni posameznika, predmeta, programa,

oddelka, fakultete ali univerze. V Evropi se evalvacija najbolj pogosto izvaja na ravni programa ali univerze, fakultete (Kump 2000, 146).

Evalvacija je sestavljena iz notranje in zunanje evalvacije. Notranjo evalvacijo izvajajo visokošolski zavodi sami s pomočjo zunanjih sodelavcev. Metoda notranje evalvacije je *samoevalvacija*, ki predstavlja prvi korak evalvacijskega procesa (Kump 2000, 22). Samoevalvacijo visokošolski zavodi izvajajo s pomočjo meril ali kriterijev, ki si jih sami določijo. Glavni cilj notranje evalvacije je izpopolnjevanje kakovosti.

Zunanjo evalvacijo pa izvaja evalvator, ki ne izhaja iz izobraževalnih organizacij. Zunanji evalvator ima neodvisen položaj in prihaja iz vladnih ustanov, različnih neodvisnih inštitutov ali agencij (Andragoška spoznanja 2000, 19). Dopolnjen Zakon o visokem šolstvu vključuje tudi ustanovitev Javne agencije za visoko šolstvo s Svetom za evalvacijo visokega šolstva. Agencija kot neodvisni organ bo odgovorna za zunanjo evalvacijo.

4.4 Samoevalvacija

Samoevalvacija je strokovni postopek samoocenjevanja. Z njegovo pomočjo izobraževalne organizacije same načrtno in sistematično pridobivajo podatke o kakovosti svojih storitev. Z organizacijskega vidika, samoevalvacijo lahko razumemo kot proces iskanja odgovorov na naslednja vprašanja (Musek Lešnik in Bergant 2001, 9):

- Kako kakovostna je naša organizacija?
- Kako kakovostno je naše delo?
- Kako kakovostne so naše storitve?
- Kaj lahko storimo za ohranjanje in dvig kakovosti naših storitev?

Samoevalvacijo izvajajo izobraževalne organizacije same ali s pomočjo zunanjega sodelavca. Vloga zunanjega sodelavca je omejena, kar pomeni, da je njegova pomoč dovoljena le pri izpeljavi celotnega postopka in ničesar drugega (npr. določanje kriterijev ocenjevanja). Izobraževalna organizacija ni odvisna od zunanjih kriterijev, ampak od svojih, ki si jih sama postavi ali določi.

V samoevalvaciji je vključenih več udeležencev in sicer vodstvo organizacije (direktor, ravnatelj, dekan), zaposleni (pedagoški in strokovni sodelavci) ter študenti. Samoevalvacija pomaga izobraževalnim organizacijam izboljšati proces odločanja in njihovo učinkovitost; pospešuje medsebojno sodelovanje ter vključuje nenehno spremljanje in vrednotenje dela organizacije. Osredotoča se tudi na področja kot so kakovost učenja in poučevanja, načrtovanje, upravljanje, vodenje ter kultura, ki predstavljajo prihodnost organizacije (Musek Lešnik in Bergant 2004, 9-13).

4.4.1 Programska in institucionalna samoevalvacija

Pri ugotavljanju in zagotavljanju kakovosti svojih storitev se izobraževalne organizacije lahko odločajo med dvema vrstama samoevalvacij, ki se med seboj bistveno razlikujeta:

1. Programska samoevalvacija:

Namenjena je ugotavljanju in zagotavljanju kakovosti izobraževalnih programov. Omogoča poglobljeno seznanjanje z vsebino programov. Izobraževalna organizacija jo lahko izvaja z namenom, da preveri primerljivost in konkurenčnost svojih študijskih programov (Musek Lešnik in Bergant 2001, 14). Čas in denar pa predstavljata pomembni pomanjkljivosti tovrstne samoevalvacije. Programska samoevalvacija vključuje naslednje vidike (Kump 2000, 149):

- nameni in cilji programa,
- opis programa (organizacijska in vsebinska struktura programa),
- študenti in diplomanti,
- pedagoški in strokovni sodelavci,
- prostori, oprema in študijski pripomočki,
- poučevanje, učenje in preverjanje znanja itd.

2. Institucionalna samoevalvacija:

Namenjena je ugotavljanju in zagotavljanju kakovosti izobraževalne organizacije. Namen tovrstne samoevalvacije je ugotoviti, ali imajo izobraževalne organizacije vzpostavljene mehanizme kontrole kakovosti in postopke za notranjo evalvacijo. Pomanjkljivost samoevalvacije se kaže v nezagotavljanju povratnih podatkov. Institucionalna samoevalvacija vključuje naslednje vidike (Kump 2000, 150):

- poslanstvo in vizija organizacije,
- politika izobraževanja in raziskovanja,
- kadrovska politika,
- organizacija in management,
- sistem financiranja,
- strategija vodenja in upravljanja itd.

4.4.2 Izvajanje samoevalvacije

Za izvajanje samoevalvacije potrebujemo ustrezno klimo, ki spodbuja kakovostno in ustvarjalno delo. Ustrezna klima v organizaciji zagotavlja ugodne pogoje za izvajanje postopka. Pomembno je, da v proces samoevalvacije vključujemo čim več udeležencev (npr. zaposlene, študente, zunanje sodelavce, podjetja). Sodelovanje vsakega posameznika mora biti prostovoljno. Samoevalvacija naj bo tudi transparentna in javna (Musek Lešnik in Bergant 2001, 47-48).

4.4.2.1 Faze samoevalvacijskega procesa

Postopek samoevalvacije sestavljajo faze, ki imajo ključen pomen, saj morebitna pomanjkljivost posamezne lahko ogroža uspešnost celotnega procesa. Proces samoevalvacije se začne z oblikovanjem samoevalvacijske skupine ali komisije, katero sestavljajo vodja ali koordinator in tri do pet članov. Udeleženci nato opredelijo glavne namene in cilje samoevalvacije. Pred začetkom samega procesa se pripravi tudi jasen in razumljiv načrt¹³, s katerim se bodo strinjali vsi člani samoevalvacijske skupine. S pripravo ustreznega načrta prihranimo veliko časa ter se izognemo kasnejšim morebitnim nevšečnostim (npr. zbiranje nepotrebnih in pomanjkljivih podatkov).

Z vsebinsko definiranim načrtom lahko začnemo z zbiranjem podatkov, ki so povezani s področjem raziskovanja in cilji samoevalvacije. V tej fazi opredelimo, koliko podatkov želimo zbrati ter čas trajanja zbiranja podatkov. Pridobljene podatke, bodisi »trde« (kvantitativne, merljive) ali »mehke« (kvalitativne, opisne) spotoma urejamo in obdelujemo. Kasneje podatke ovrednotimo s pomočjo zastavljenih kriterijev. S končno analizo ali oceno interpretiramo pozitivne ali negativne rezultate. Ugotovimo lahko, kaj je dobro, kaj se da izboljšati oziroma kje so potrebne določene spremembe. Zaključna faza je priprava samoevalvacijskega poročila¹⁴ (Musek Lešnik in Bergant 2001, 51-57) in (Kump in Mihevc 2004, 9-24).

4.4.3 Metode samoevalvacije

V samoevalvaciji lahko zbiramo podatke na različne načine, s pomočjo obstoja številnih metod. Med najbolj poznane in uporabne metode uvrščamo anketni vprašalnik, ki jo v sedanjem času visokošolski zavodi vse bolj uporabljajo pri izvajanju samoevalvacije. Poleg omenjene metode obstajajo še intervju, opazovanje, sledenje in druge.

4.5 Akreditacija

Akreditacija predstavlja podelitev statusa in pomeni odobravanje, priznavanje ter včasih tudi licenco ali dovoljenje za delovanje (Kump 2000, 155). Sistem akreditiranja temeljni na podlagi obstoječih meril. V Sloveniji je za akreditacijo odgovoren Svet Republike Slovenije za visoko šolstvo, ki s pomočjo meril ocenjuje visokošolske zavode in študijske programe. Merila za ocenjevanje sprejema in oblikuje sam organ.

¹³ Načrt samoevalvacije naj obsega naslednje elemente (Musek Lešnik in Bergant 2001, 54): namen in cilje samoevalvacije; omejitve samoevalvacije (materialni in človeški vir, čas); glavna področja samoevalvacije; kriterije za ocenjevanje in vrednotenje podatkov; podatke, ki jih je potrebno zbrati; časovni načrt (urnik in seznam posameznikovih zadolžitvev).

¹⁴ Vsebina samoevalvacijskega poročila obsega (Kump in Mihevc 2004, 24): uvod (predstavitvev samoevalvacijske skupine), vsebino (opis končne analize) in zaključek (povzetek, prednosti in slabosti načrta, priporočila za nadaljnjo izpopolnjevanje kakovosti). Končno poročilo naj obsega največ od dvajset do petindvajset strani, vključno s prilogami.

Akreditacija hkrati predstavlja tudi prvi korak pri snovanju novega študijskega programa ali predmeta, v katerem se zanj ugotovijo predvidena sredstva, ustrezen kader, sprejemni pogoji in učni pripomočki.

4.6. Mednarodna primerljivost sistema kakovosti

Slovenski visokošolski sistem je mednarodno neprimerljiv in pomanjkljiv, saj še vedno deluje po tako imenovanem „dvoirnem sistemu“, ki obsega:

1. Vladni organ - *Svet Republike Slovenije za visoko šolstvo*, ki skrbi za akreditacijo ali priznavanje, odobravanje ter ocenjevanje visokošolskih zavodov in študijskih programov.
2. Univerzitetni organ - *Nacionalna komisija za kakovost visokega šolstva*, ki skrbi za spremljanje kakovosti, zbiranje samoevalvacijskih poročil vseh visokošolskih zavodov in drugo.

Pomembno je poudariti, da v Evropi obstaja samo eno telo ali organ, ki skrbi za sistem kakovosti v zvezi s priznavanjem študijskih programov ter ocenjevanjem kakovosti, v Sloveniji pa obstajata kar dva.

Potrebno se bo osredotočiti na spremembo slovenske zakonodaje o visokem šolstvu. Z vzpostavitvijo ali oblikovanjem neodvisne agencije lahko slovensko visoko šolstvo postane mednarodno primerljivo z evropskim sistemom. Žal Nacionalna komisija in Svet Republike Slovenije za visoko šolstvo nimata lastnosti agencije, zato v Sloveniji do sedaj nimamo evropsko primerljivega organa za zagotavljanje kakovosti visokega šolstva. Slovenija se je z podpisom bolonjskega deklaracije zavezala, da bo do konca letošnjega leta (2005) vzpostavila opredeljen sistem kakovosti. Del naloge je seveda izpolnila s sprejetjem novele o dopolnitvi Zakona o visokem šolstvu (2004), v katerem je predpisana tudi ustanovitev neodvisne agencije – Javna agencija s Svetom za evalvacijo visokega šolstva. Agencija še ne deluje, saj je končni rok ustanovitve agencije mesec december 2005. Kot neodvisna agencija bo svoje delo opravljala strokovno in odgovorno, saj ni vezana na nikakršen visokošolski zavod ali drugo ustanovo.

Celoten sistem spremljanja in zagotavljanja kakovosti temelji na samoevalvaciji, zunanji evalvaciji in akreditaciji. Slovenija je z drugimi evropskimi državami primerljiva samo pri samoevalvaciji.

4.6.1 Elementi sistema za zagotavljanje kakovosti

Sam sistem za zagotavljanje kakovosti v slovenskem visokem šolstvu mora vključevati naslednje elemente (Kump v Trunk Širca in Pauko 2003, 146-148):

- ustanovitev neodvisne agencije,¹⁵
- akreditacija visokošolskih zavodov in študijskih programov,
- zunanja evalvacija,
- sodelovanje študentov v notranjih in zunanjih evalvacijah,
- objava rezultatov evalvacije,¹⁶
- mednarodno sodelovanje neodvisne agencije.¹⁷

4.7 Pomembnost sistema kakovosti med visokoškolskimi zavodi

Sistemi kakovosti omogočajo transparentno delovanje, krepijo odgovornost visokošolskih zavodov do svojih interesnih skupin in do družbe kot celote, hkrati pa spodbujajo zavode k temu, da sistematično pristopajo k uvajanju izboljšav na vseh področjih delovanja.¹⁸ Temeljni cilj sistema kakovosti je uvajanje izboljšav v pedagoškem procesu in v delovanju šole kot celote.

5 PREDSTAVITEV FAKULTETE ZA MANAGEMENT KOPER

5.1 Univerza na Primorskem - UP

Univerzo na Primorskem je v letu 2003 ustanovil Državni zbor Republike Slovenije. Sestava univerze obsega: tri fakultete (Fakulteta za management Koper, Fakulteta za humanistične študije Koper in Pedagoška fakulteta Koper), dve visoko strokovni šoli (Turistica – Visoka šola za turizem Portorož in Visoka šola za zdravstvo Izola), dva raziskovalna zavoda (Znanstveno-raziskovalno središče Koper in Primorski inštitut za naravoslovne in tehnične vede Koper).

Univerza trenutno šteje več kot 4500 študentov, 250 visokošolskih sodelavcev in raziskovalcev ter 50 strokovnih sodelavcev.

5.2 Fakulteta za management Koper

Fakulteta za management Koper je bila pred oblikovanjem samostojen visokošolski zavod - Visoka šola za management Koper, ki so ga v letu 1995 ustanovile Mestna občina Koper, Občina Izola, Občina Piran ter Gospodarska zbornica Slovenije – Območna zbornica Koper. S sprejetjem Odloka o ustanovitvi Univerze na Primorskem

¹⁵ Agencijo ustanovi vlada Republike Slovenije v dogovoru z visokoškolskimi zavodi.

¹⁶ Agencija bo posamezna poročila objavila na svojih spletnih straneh.

¹⁷ Mednarodno sodelovanje s tremi mednarodnimi mrežami: Evropska mreža za zagotavljanje kakovosti v visokem šolstvu (ENQA), Mreža agencij za zagotavljanje kakovosti v visokem šolstvu centralne in vzhodne Evrope (CEE Network) in Mednarodna mreža agencij za zagotavljanje kakovosti v visokem šolstvu (INQAAHE).

¹⁸ Poročilo Visoke šole za management Koper 2001/2002, 26

je fakulteta postala članica nove univerze. Fakulteta je izobraževalni in znanstveno-raziskovalni zavod s sedežem na Cankarjevi 5 v Kopru.

5.2.1 Vizija in poslanstvo fakultete

Vizija fakultete je postati mednarodno uspešna poslovna šola, zato nenehno teži k zagotavljanju kakovosti na vseh področjih. Svoja poslanstva delno izpolnjuje s snovanjem novih in izvajanjem obstoječih študijskih programov. Med nadaljnje razvojne usmeritve fakulteta uvršča povečanje lastne prepoznavnosti in konkurenčnosti, pospeševanje mobilnosti, razvijanje raziskovalne dejavnosti, izpopolnjevanje študijskih programov itd.

5.2.2 Organiziranost fakultete

Fakulteta ima organe in organizacijske enote, ki oblikujejo organiziranost. Organi so senat, dekan, akademski zbor, upravni odbor, študentski svet in direktor. Organizacijske enote pa so katedri,¹⁹ inštituti²⁰, centri,²¹ založba in knjižnica. Senat in akademski zbor vključujeta udeležbo pedagoških sodelavcev in študentov posameznih letnikov. Študentski svet predstavljajo študentje, upravni odbor pa ustanovitelji Visoke šole za management Koper. Senat je odgovoren za imenovanje komisij. Trenutno imenovane komisije fakultete so: komisija za študentske in študijske zadeve, komisija za znanstveno-raziskovalno delo, komisija za izvolitve v nazive ter komisija za kakovost in evalvacijo. Pristojnosti in naloge organov ter organizacijskih enot, komisij in drugih podrobnosti so določene v statutu fakultete (Uradni list RS, št. 73/2003, 100/2003).

5.2.3 Sodelovanje fakultete z okoljem

Fakulteta sodeluje s številnimi zavodi in podjetji na področjih izobraževanja in raziskovanja tako v domačem kot v tujem okolju. Sodelovanja se vzpostavljajo s podpisom sporazuma o medsebojnem sodelovanju.

¹⁹ Katedri imajo izreden pomen, saj nastopajo kot nosilci raziskovalnega dela ter snovalci razvoja predmetov in izobraževalnih programov (Študijski vodnik 2004, 104). Katedri so s področja: ekonomskih ved; informatike; managementa v izobraževanju; poslovnih ved; prava; tujih jezikov; sociologije, politologije in psihologije v managementu ter splošnega in strateškega managementa (Poročilo 2003/2004, 6).

²⁰ Inštitut je organizacijska enota fakultete, ki združuje pedagoške in raziskovalne sodelavce po znanstvenih področjih. Udeleženci izvajajo znanstveno-raziskovalna dela, projekte, svetovalna in druga dela (Študijski vodnik 2004, 103). Inštituti so s področja: ekonomije, informatike, prava, managementa v izobraževanju in vedenjskih ved)

²¹ Center je tudi organizacijska enota fakultete. Udeleženci izvajajo svetovalno in strokovno delo itd. Centri so s področja: raziskovalne metodologije, kakovosti in evalvacije, visokošolske didaktike, e-izobraževanja ter svetovanja študentom pri študijskem in poklicnem razvoju (Poročilo 2003/2004, 6).

5.2.4 Skrb za kakovost na fakulteti

Fakulteta spremlja kakovost svojih storitev že od same ustanovitve. Kot nov samostojen zavod je bila veliko bolj izpostavljena trgu kot ostale visokošolske organizacije. Poglavitna vzroka za vzpostavitev sistema kakovosti so bili preživetje in uveljavljanje v visokošolskem prostoru.

V naslednjih letih je fakulteta začela s postopnim uvajanjem procesa samoevalvacije.²² Samoevalvacija vključuje tako institucionalne kot programske vidike delovanja šole. Pri uvajanju procesa je bilo pomembno vzpostaviti tudi pozitiven odnos do samega postopka, saj predstavlja eden od najpogostejših pristopov za spremljanje in zagotavljanje kakovosti. V okviru razvojnega projekta »zasnova in uvedba samoevalvacije« je bila na šoli izpeljana akcijska raziskava, kjer so bile opredeljene naslednje dejavnosti:²³

- analiza interesov notranjih in zunanjih udeležencev šole,
- zasnova smotrov in oblikovanje izjave o viziji ter poslanstvo,
- razvoj in izpopolnitev instrumentov za letno spremljanje izvedbe študijskih programov z vidika vsebine in poučevanja,
- vzpostavitev informacijske podpore za analizo instrumentov,
- opredelitev področij za letno sistematično spremljanje kakovosti in
- vzpostavitev procesa strateškega, letnega načrtovanja, kjer je seveda vključen tudi sistem spremljanja kakovosti.

Fakulteta ima od leta 1998 svojo komisijo za kakovost, ki jo je imenoval senat šole. Njene poglavitne naloge so spremljanje sistema kakovosti in predlaganje nadaljnjih izboljšav. V študijskem letu 2003/2004 je bilo ustanovljenih več centrov, med njim tudi Center za kakovost in evalvacijo, katere naloge so skrb za nadgradnjo sistema kakovosti.

5.2.4.1 Področja spremljanja kakovosti

Trunk Širca (2002, 191-192) opredeljuje področja, ki zahtevajo sistematično spremljanje kakovosti s strani šole:

1. Študenti in učinkovitost študija (analiza vpisov, analiza izpitnih obdobij, prehodnost med letniki, dolžina trajanja študija, analiza zaposlovanja študentov, vidni uspehi študentov, obštudijska dejavnost),
2. Izvedba študijskih programov (realizacija študijskega programa, vključevanje strokovnjakov iz prakse v izvedbo programa),

²² Prvo samoevalvacijsko poročilo pripravila leta 2002.

²³ Poročilo Visoke šole za management Koper 2000/2001, 12-13.

3. Zaposleni in njihov strokovni razvoj (kadrovska struktura po izobrazbi, študijski obiski in izmenjave, posebni dosežki zaposlenih),
4. Raziskovalna dejavnost (strokovni članki, referati, monografije, domači in mednarodni projekti),
5. Mednarodna dejavnost (bilateralne institucionalne pogodbe, projekti, strokovna srečanja in konference),
6. Materialni in prostorski pogoji (prostori in oprema; založba - izdaja publikacij; knjižnica - obseg knjižničnega gradiva, izposoja literature, uporaba čitalnice) in
7. Finančno poslovanje.

Na osnovi sistematičnega spremljanja delovanja šole ter razvojnih trendov na področju visokega šolstva je fakulteta postopoma začela z uvajanjem sprememb in izboljšav. Bila je med prvimi izobraževalnimi zavodi v slovenskem visokošolskem prostoru, ki je poleg projekta uvajanja samoevalvacije zasnovala in izpeljala še naslednje:

- uvedba kreditnega sistema (ECTS) na dodiplomskih in podiplomskih študijskih programih,
- razvoj priloge k diplomi,
- zasnova Študijskega vodnika kot informatorja za študente glede študija,
- zasnova letnega poročila šole in njegova javna predstavitev,
- razvoj informacijskega sistema (VIS).

5.2.4.2 Študentske ankete

Študentske ankete sodijo med pogosto obliko spremljanja kakovosti storitev. Z njihovo pomočjo fakulteta spremlja zadovoljstvo različnih skupin. Anketiranje študentov poteka elektronsko, preko Študentskega informacijskega sistema (ŠIS), medtem ko pa anketiranje zaposlenih, diplomantov in delodajalcev – mentorjev študentom pri praktičnem usposabljanju poteka v klasični (papirnati) obliki.

Obdobje spremljanja kakovosti poteka ob zaključku vsakega zimskega in letnega semestra. O sami izvedbi so študentje pravočasno obveščeni preko obvestil na spletni strani šole ter preko SMS sporočil. Končne analize vprašalnikov so objavljene v letnih poročilih in v Študijsko informacijskem sistemu pod ikono druga gradiva. Vsak visokošolski predavatelj in asistent poleg splošne analize prejme tudi analizo za svoj predmet. Z vprašalniki se študente povpraša po splošnem delovanju fakultete in o izvedbi izobraževalnega procesa. Splošna analiza ankete vključuje:

- ocenjevanje kakovosti prostorskih pogojev,
- splošne zahtevnosti študijskega programa,
- storitve knjižnice,

- sodelovanja z referatom za študentske zadeve,
- številne publikacije (npr. Študijski vodnik, priročnik Moj čas = Moja moč),
- spletno stran šole (urejenost, preglednost),
- uresničevanja študijskih pričakovanj na fakulteti itd.

Izvedba izobraževalnega procesa vključuje ocenjevanje predavanj, vaj in seminarjev. Vidiki ocenjevanja so lahko zanimivost, koristnost, način izvedbe, ustreznost znanj in študijske literature, povezanost teorije in prakse, dostopnost pedagoških sodelavcev in drugo (Analiza vprašalnika za študente 2003/2004). Vsak študijski predmet, ki se izvaja v določenem študijskem letu, se ocenjuje posamezno, vključno z izvajalcem. Pri zaključku ankete ocenjevalec lahko opredeli svoje mnenje, predloge in pripombe. Rezultati anketnih vprašalnikov so podlaga za vpeljavo izboljšav na področju pedagoškega in organizacijskega dela fakultete.

Vrste anketnih vprašalnikov:

- anketa za zaposlene (pedagoške in strokovne sodelavce),
- ankete za diplomante dodiplomskega študijskega programa,
- ankete za redne študente dodiplomskega študijskega programa,
- ankete za izredne študente dodiplomskega študijskega programa po enotah,
- ankete za delodajalce (mentorje študentom pri strokovni praksi),
- ankete za študente podiplomskega študijskega programa.

5.2.4.3 Priprava in obravnava samoevalvacijskega poročila na fakulteti

Priprava poročila poteka na več ravneh. Strokovne službe fakultete so v sodelovanju s prodekanom za izobraževanje in znanstveno-raziskovalnim delom pripravile delno poročilo za svoja področja delovanja. Vodstvo fakultete se osredotoča na pripravljanje usmeritev za prihodnja dela posameznih področjih šole. Samoevalvacijsko poročilo se pripravi na osnovi naslednjih podatkov (Trunk Širca in Pauko 2004, 105-106):

1. Podatki o izobraževanju (npr. izvedba študijskih programov, analiza vpisa, analiza prehodnosti med letniki, mobilnost študentov).
2. Analize anketnih vprašalnikov.
3. Podatki o raziskovalnih dejavnostih (npr. objave del iz Cobiss-a, število prijavljenih in izvedenih raziskovalnih projektov).
4. Splošni podatki (npr. materialni in prostorski pogoji, finančno poslovanje).

Poročilo obravnavajo organi, katedri ter posamezni pedagoški in strokovni sodelavci fakultete. Širšo javnost pa seznanjajo z rezultati letnega poročila ob Dnevih odprtih vrat šole.

Samoevalvacijsko poročilo fakultete za leto 2004 je bilo oblikovano v Centru za kakovost in evalvacijo ter izdano v dveh publikacijah (Trunk Širca in Pauko 2005, 157):

1. Organizacija, izvedba in razvoj izobraževalne dejavnosti (zajema spremljanje in zagotavljanje kakovosti izobraževalnega in organizacijskega dela),
2. Znanstveno-raziskovalno in razvojno delo (zajema spremljanje kakovosti raziskovalnega in razvojnega dela).

6 MARKETINŠKI SPLET FAKULTETE ZA MANAGEMENT KOPER

6.1. Splošna opredelitev

Marketinški splet 7 x P je kombinacija marketinških aktivnosti, s katerimi organizacija neposredno vpliva na delovanje izbranih ciljnih trgov v skladu z zastavljenimi strateškimi in drugimi cilji (Snoj 2003, 22). Sam proces je pomemben in praktičen tako za pridobitne kot nepridobitne organizacije. Elementi marketinškega spleta so storitev, cena, distribucija, tržno komuniciranje, ljudje, fizični dokazi in izvajanje (Devetak in Vukovič 2002, 92).

6.1.1 Izobraževalna storitev

Storitev je glavni element marketinškega spleta, marketinške filozofije in prakse. Značilnosti kot so kakovost, funkcionalnost, asortiment, blagovna znamka, ugled, dobro ime, stil in podobno, vplivajo na uspešnost storitev (Devetak in Vukovič 2002, 93). Kakovostna ponudba hkrati zadovoljuje odjemalce ter povečuje uspešnost poslovanja organizacij. Glavna storitev izobraževalnih organizacij je ponujanje izobraževanj, njeni končni rezultati pa so podelitev diplom ali potrdil o uspešnem opravljanju izobraževanj ali usposabljanj. Za uspešno izpeljavo storitve potrebujemo tudi del lastnega vložka – učenje. Mnogi udeleženci kakovost izobraževalne storitve ocenijo slabše kot je njena realna vrednost, zaradi njihovega neuspeha in nemotiviranosti (Lončar 2001, 652). Organizacije morajo svojo ponudbo izobraževanj nenehno izpopolnjevati ter prilagajati novim razvojnim smernicam na trgu.

Temeljna dejavnost fakultete so študijski programi, ki omogočajo pridobitev dodiplomske in podiplomske visokošolske izobrazbe. V okviru dodiplomske šole ima fakulteta akreditirana dva študijska programa prve stopnje: visokošolski strokovni in univerzitetni študijski programi managementa. Na podiplomski šola pa se izvajajo študijski programi druge in tretje stopnje: specialistični študijski programi (management v izobraževanju, management v evropskem okolju in management), magistrski ter doktorski študijski programi managementa. Fakulteta se osredotoča tudi na

vseživljenjsko izobraževanje z izvedbo študijskih programov za izpopolnjevanje ter organizacijo različnih neformalnih izobraževanj v obliki seminarjev, delavnic, tečajev, okroglih miz. Kot novost so mednarodne in poletne šole.

Ponujeno izobraževalno storitev dopolnjujejo še dejavnosti knjižnice (dostopnost različnega strokovnega gradiva), založbe (izdaja študijskega gradiva in strokovnih publikacij), mednarodne pisarne (organizacija strokovnih praks v tujini, izmenjave študentov in pedagoških sodelavcev) ter raziskovalnega dela.

6.1.2 Cena izobraževalnih storitev

Cena je denarni izraz storitve. Na oblikovanje cen vpliva predvsem konkurenca, povpraševanje, ponudba in stroški (Potočnik 2000, 120). Cena izobraževanja bistveno vpliva na posameznikovo odločitev o nadaljnem šolanju ali dodatnem izobraževanju. Mnogi udeleženci izobraževanja so samoplačniki, nekaterim plačujejo podjetja, ostalim pa del študija sofinancira država na osnovi izpolnjevanja določenih kriterijev.

Šolnine fakultete se razlikujejo glede na vpis in izbiro študijskega programa. Redni študentje na dodiplomskem študijskem programu ne plačujejo šolnine, ampak minimalen prispevek (vpisnino) ob začetku študijskega leta. Šolnino za študij plačujejo predvsem študentje vpisani v podiplomske študijske programe, izredni študentje dodiplomskega študijskega programa ter udeleženci programov za izpopolnjevanje. Šolnino študentje pokrivajo stroške izvedbe predvidenega študijskega programa in sicer predavanja, vaje in tri pristope k izpitu za vsak predmet. Višina cen študija se vsako leto usklajuje z rastjo življenjskih potrebščin. Šolnine in prispevke za vsako študijsko leto potrdi Upravni odbor fakultete.

Dodiplomski in podiplomski študij se plačuje v treh obrokih (prvega ob vpisu, drugega meseca februarja in tretjega meseca maja). V primeru izpisa se del plačane šolnine študentom ne vrača. Šolnina vključuje stroške neposrednega vpisa (študentska izkaznica z nalepko, potrdila o vpisu, potrdila o opravljenih izpitih itd), stroške vpisa v knjižnico, stroške uporabe Študentskega informacijskega sistema, stroške izdaje zbornikov in drugih publikacij za študente, materialne stroške ob podelitvi diplom, stroške fotokopiranja ter uporaba računalniške opreme.

6.1.3 Lokacija izvajanja izobraževalnih storitev

Pri obravnavanju izobraževalnih storitev nimamo klasične distribucije ali razpečave, saj celotna izvedba predavanj poteka na določeni lokaciji. Izvedba storitev lahko poteka pri izvajalcu (šola), pri naročniku ali na drugi lokaciji po dogovoru med izvajalcem in naročnikom. Sama izvedba izobraževanja lahko vključuje več izvajalcev hkrati (Devetak in Vukovič 2002, 94). Odločitve o lokaciji poteka storitev so lahko

odvisne tudi od izobraževalnega programa. Izobraževanja se največkrat izvajajo na lokaciji izvajalca, predvsem zaradi ustreznih prostorov in učnih pripomočkov.

Fakulteta deluje na Cankarjevi 5 v Kopru. Prostori na sedežu šole obsegajo predvsem predavalnice, računalniško učilnico, kabinete za pedagoške sodelavce, pisarne za strokovne sodelavce ter prostore za založbo, knjižnico, recepcijo in Društvo študentov Štorm. Ostala študijska središča fakultete pa delujejo v Novi Gorici, Škofje Loki, Celju, Mariboru in Brdu pri Kranju. Zaradi vse večjega števila vpisanih študentov in drugih udeležencev dodatnega izobraževanja, se je potreba po novih prostorih bistveno povečala. Prostorsko stisko šola rešuje z najemom predavalnic v neposredni bližini fakultete (prostori Investbiro-ja, Dijaškega doma, Ljudske univerze itd). Vse predavalnice, vključno z najetimi, so ustrezno in sodobno opremljene.

6.1.4 Promocija izobraževalnih storitev

Promocija je pomembno orodje marketinškega spleta, saj vključuje vrsto dejavnosti, ki so namenjene pridobivanju in ohranjanju odjemalcev. Ključne naloge promocije so informiranje, navduševanje in vplivanje na odločitev (Vidic 2000, 158). Sama promocija ne more biti uspešno izvedena, če organizacija ponuja nizko kakovostne in cenovno visoke storitve. Dejavnosti promocijsko komunikacijskega spleta izobraževalnih storitev vključujejo predvsem oglaševanje, osebno prodajo in odnose z javnostjo. Oglaševanje sodi med najpomembnejše dejavnosti promocije. Organizacije s pomočjo oglaševanj želijo informirati odjemalce o ponudbi svojih storitev. Osebna prodaja temelji na neposredni komunikaciji med izvajalcem in odjemalcem („face-to-face“). Dobre komunikacijske sposobnosti izvajalca ključno vplivajo na odjemalčevo odločitev. Odnosi z javnostjo pa predstavljajo povezavo med organizacijo in zunanjim okoljem. Dobri odnosi so pogoj za ustvarjanje zaupanja in dobrega imena.

Fakulteta dobro skrbi za promocijo svojih izobraževalnih storitev. Vsako študijsko leto pripravlja in izdaja veliko publikacij (npr. Študijski vodnik, glasilo Magnet); brošure, ki vsebujejo bistvene informacije o sami izvedbi študijskih programov ter drugih dejavnostih šole. S pomočjo oglasov v številnih časopisih obvešča tudi ostale udeležence o izvedbi drugih oblik izobraževanj (npr. seminarji, poletne šole, dodatna usposabljanja). Najpomembnejši promocijski dogodki fakultete so informativni dnevi, dnevi odprtih vrat šole, sejmi ter organizacija domačih in tujih konferenc.

6.1.5 Ljudje

Ljudje so pomembni udeleženci izvajanja storitev. Sam proces vključuje tako izvajalce kot odjemalce. Izvajalci predstavljajo ključno vlogo, saj neposredno vplivajo na uspešnost. Odjemalci so slušatelji, ki presojujejo kakovost opravljene storitve. Izvajalci so strokovno usposobljeni in obvladajo večino komuniciranja z ostalimi udeleženci

izobraževanja. Kakovostna storitev vključuje tudi ustrezno motiviranost in urejenost izvajalca.

Na fakulteti predavanja vodijo priznani visokošolski učitelji (docenti, izredni in redni profesorji) z dolgoletnimi pedagoškimi in raziskovalnimi referencami. Večina njih ima bogate izkušnje s področja vodenja podjetij. Vaje in seminarje vodijo predvsem asistenti predavateljev, ki študirajo na magistrskih in doktorskih študijih. V samo izvedbo študijskega programa fakulteta vključuje tudi ugledne domače in tuje strokovnjake iz prakse. Slušatelji študijskih programov in drugih oblik izobraževanja ali usposabljanja so različna populacija študentov in udeležencev.

Šola namenja veliko pozornosti strokovnemu izpopolnjevanju in razvoju vseh svojih zaposlenih, saj se zaveda, da strokovno usposobljeni sodelavci predstavljajo enega ključnih pogojev kakovostne storitve.

6.1.6 Fizični dokazi

Udeleženci ocenjujejo storitve s pomočjo fizičnih dokazov, ki jih vidijo, slišijo ali občutijo. Pogosto so edino vidne prvine kakovosti ponujenega. Fizični dokazi predstavljajo okolje, prostor in dobrine, ki storitev opremljajo (Trnavčević in Zupanc Grom 2000, 78). Okolje in prostori delovanja izobraževalnih organizacij morajo biti čisti, urejeni in ustrezno opremljeni. Omenjeni dokazi služijo kot podpora pri izvajanju storitev. Ustreznost okolja in prostorov povečuje uspešnost storitev ter zadovoljstvo med odjemalci in zaposlenimi (Devetak in Vukovič 2002, 98-99). Pri izobraževalnih storitvah so fizični dokazi tudi izdaja spričeval, diplom in potrdil, ki dokazujejo odjemalčevo končanje šole s pridobljeno izobrazbo določene stopnje.

Okolje, kjer deluje fakulteta, je izredno majhno, vendar skrbno urejeno. Prostori v notranjosti šole so urejeni in ustrezno opremljeni. V predavalnicah se poleg osnovnih pripomočkov (table in grafoskopov) nahaja tudi uporaba LCD projektorja in avdio-vizualna oprema.

6.1.7 Izvajanje izobraževalnih storitev

Osrednji del storitev predstavlja njihovo izvajanje. Izvajanje ali procesiranje izobraževanja predstavlja bistvo storitev. Izvajalci izobraževanja naj svoje delo opravljajo z navdušenjem in ustvarjalnostjo. Od strokovno usposobljenih izvajalcev je odvisna kakovost in uspešnost celotne storitve. Od izvajalcev se zahteva dobro poznavanje značilnosti storitev, ki jih posredujejo ter obvladovanje tehnik poslovnega komuniciranja, kulture in etike. Za dobre poslovne rezultate je potrebno zagotoviti dobro sodelovanje med strokovnimi sodelavci in izvajalci storitev.

Kakovost izvajanja izobraževalnih storitev je lahko odvisna od naslednjih dejavnikov (Lončar 2001, 652):

- materialni pogoji (npr. prostori in oprema),
- kadrovske pogoji (npr. predavatelji, administrativno in tehnično osebje),
- družbeno okolje,
- študijski programi in drugo.

Kakovost izvajanja je pogojena z izpopolnjevanjem vseh pogojev ali dejavnikov hkrati. Nemogoče je, da bi z večjo kakovostjo enega izmed pogojev nadomestili slabšo kakovost drugih. V primeru slabo urejenih pogojev za delo, nam kakovostni predavatelji ne pomagajo prav ničesar. Za učinkovito realizacijo izobraževanja organizacije uporabljajo ustrezne tehnologije, ki vključujejo različne oblike, metode in učna sredstva, s pomočjo katerih se storitev pripravlja in izvaja (Lončar 2001, 652). Zaposleno osebje (Potočnik 2004, 273-274) lahko opredelimo kot:

1. Kontaktno osebje: so izvajalci storitev, ki pogosto prihajajo v stik z odjemalci (npr. predavatelji in asistenti).
2. Pomožno osebje: so v stiku z odjemalci, vendar ne opravljajo ključnih storitev (npr. osebje recepcije, knjižnice, referata za študentske zadeve).
3. Vplivni ljudje: so odgovorni za razvoj storitev, tržno raziskovanje, organizacijo storitev, reševanje pritožb in drugo (npr. direktor, dekan, senat, komisije).
4. Drugi zaposleni: izvajajo različne podporne funkcije, nimajo stikov z odjemalci ter ne sodelujejo pri izvajanju storitev (npr. računovodstvo, tajništvo, kadrovske sektor).

Fakulteta z nenehnim izpopolnjevanjem izboljšuje kakovost na vseh področjih delovanja. Skrbi tako za kakovostne predavatelje kot tudi za ustrezne delovne pogoje. Proces izobraževanja poteka s pomočjo različnih metod in učnih pripomočkov. Dosedanje izkušnje so pokazale, da so različni načini posredovanja znanj bistveno učinkovitejši.

7 TRŽNA RAZISKAVA

7.1 Priprava raziskave

V procesu raziskovanja smo najprej določili populacijo anketiranja in nato oblikovali anketni vprašalnik. Anketo sestavljajo vprašanja odprtega in zaprtega tipa, ki temeljijo na zaznavanju kakovosti storitev na primeru Fakultete za management Koper. Populacijo sestavljajo študenti visokošolskih zavodov Slovenije, vzorec pa je temeljil izključno na študentih, ki obiskujejo izbrano fakulteto. Vprašanja naprej vključujejo tematiko obkroževanja ponujenih dejavnikov, na to pa še izražanje lastnih besed na zastavljena vprašanja, ki zahtevajo kratek in jedrnat odgovor. Zaključek priprave je tiskanje vprašalnikov.

7.2 Izvedba raziskave

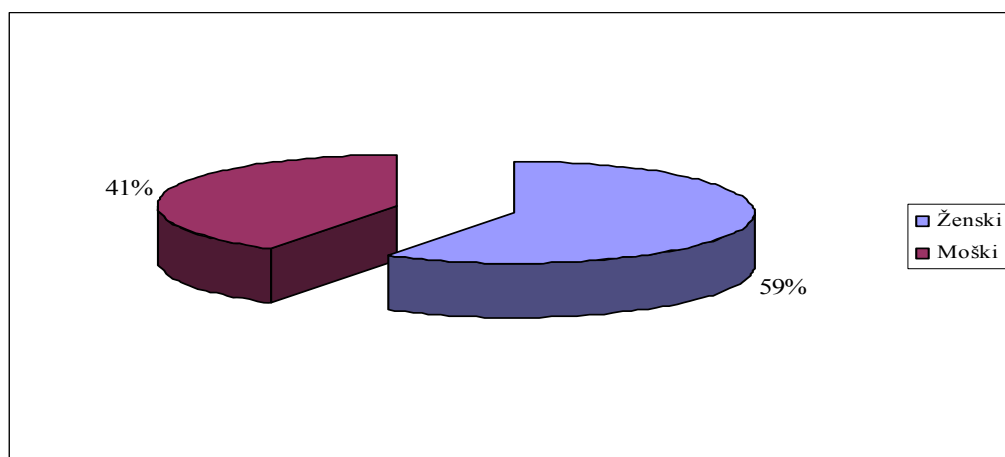
Raziskovanje je potekalo na sami fakulteti, kjer se študentje najpogosteje zadržujejo (npr. knjižnica, predavalnice, hodniki šole, vhod v fakulteto in dijaški dom itd.). Pri iskanju ključnih vzorcev anketiranja ni prihajalo do težav, saj je raziskovanje potekalo v poletnem študijskem semestru (mesec april). V nadaljevanju sledi zgoščen prikaz analize raziskave v obliki grafikonov.

7.3 Analiza raziskave

7.3.1 Struktura anketirancev

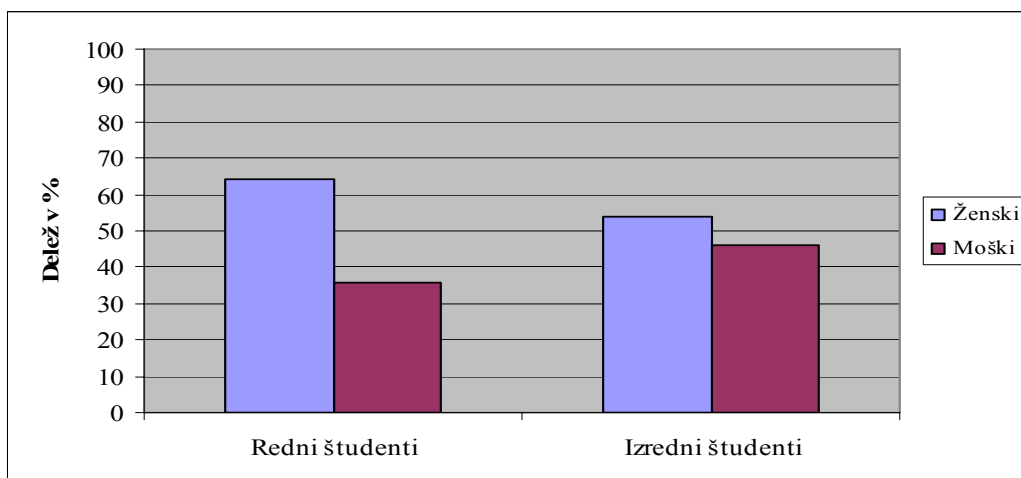
Anketni vprašalnik je izpolnilo 100 anketirancev in sicer 50 rednih in 50 izrednih študentov. Proces anketnega raziskovanja vključuje več anketirancev ženskega spola kot moškega.

Slika 7.1 Prikaz strukture anketirancev po spolu



Vir: Lastna raziskava 2005

Slika 7.2 Delež rednih in izrednih študentov po spolu



Vir: Lastna raziskava 2005

Slika 7.2. prikazuje delež moškega in ženskega spola med rednimi in izrednimi študenti. Delež rednih študentov sestavlja 64% (32) ženskega in 36% (18) moškega spola. Delež izrednih študentov pa 54% (27) ženskega in 46% (23) moškega spola.

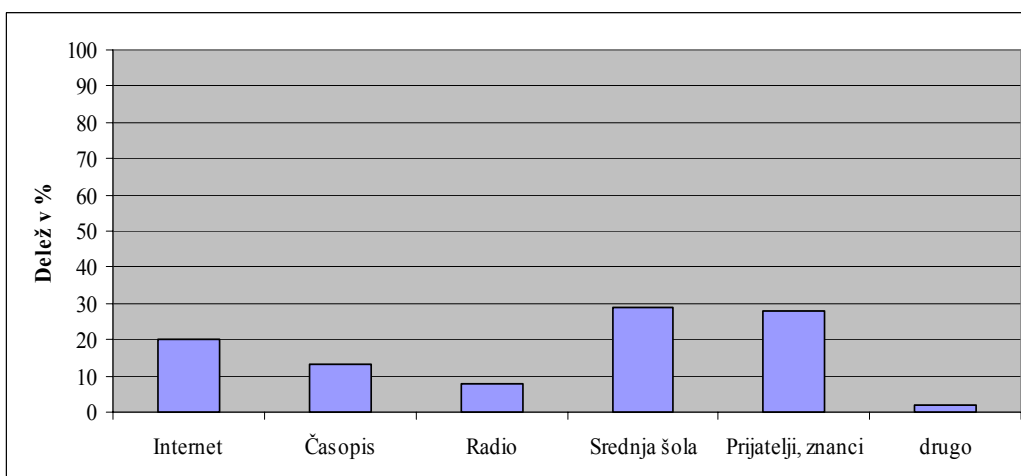
7.3.2 Analiza vprašanj

1. vprašanje

Preko katerih medijev ste se seznanili z obstojem fakultete?

Anketiranci so na vprašanje odgovarjali s pomočjo podanih alternativ (oblik medijev). Vprašanje je omogočalo več možnih odgovorov. Večina anketiranih študentov je obkrožilo dva do tri odgovore.

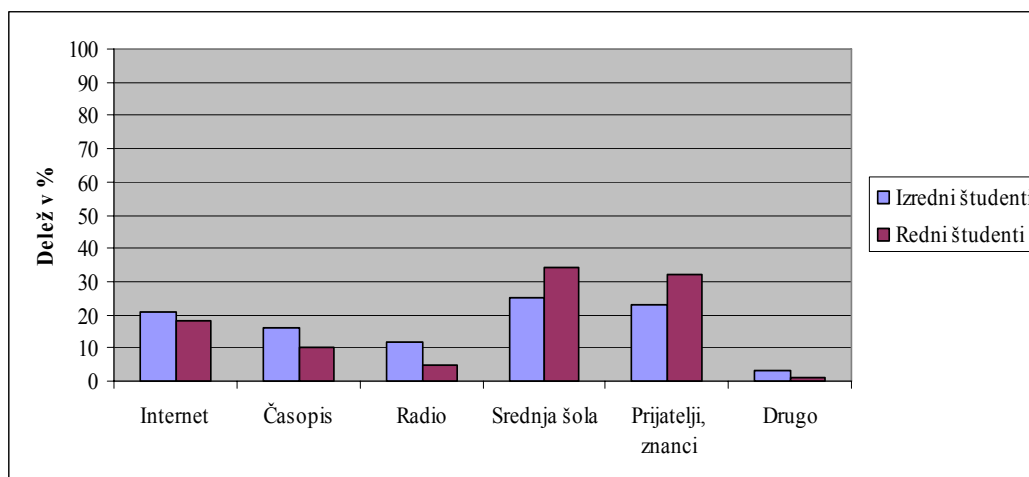
Slika 7.3: Oblike medijev



Vir: Lastna raziskava 2005

Največ anketirancev se je z obstojem fakultete seznanilo preko srednjih šol ter prijateljev in znancev, nato sledita internet (20%), časopis (13%) in radio (8%). Pri alternativni „drugo“ (2%) je eden izmed anketirancev navedel kot obliko medija tudi študente, ki obiskujejo Fakulteto za management Koper.

Slika 7.4 Delež rednih in izrednih študentov po obliki medijev



Vir: Lastna raziskava 2005

Slika 7.4 prikazuje razčlenjene deleže oblik medijev med izrednimi in rednimi študenti. Z obstojem fakultete so se najpogosteje seznanili v srednjih šolah (34% redni in 25% izredni) ter preko prijateljev in znancev (32% redni in 23% izredni).

2. vprašanje

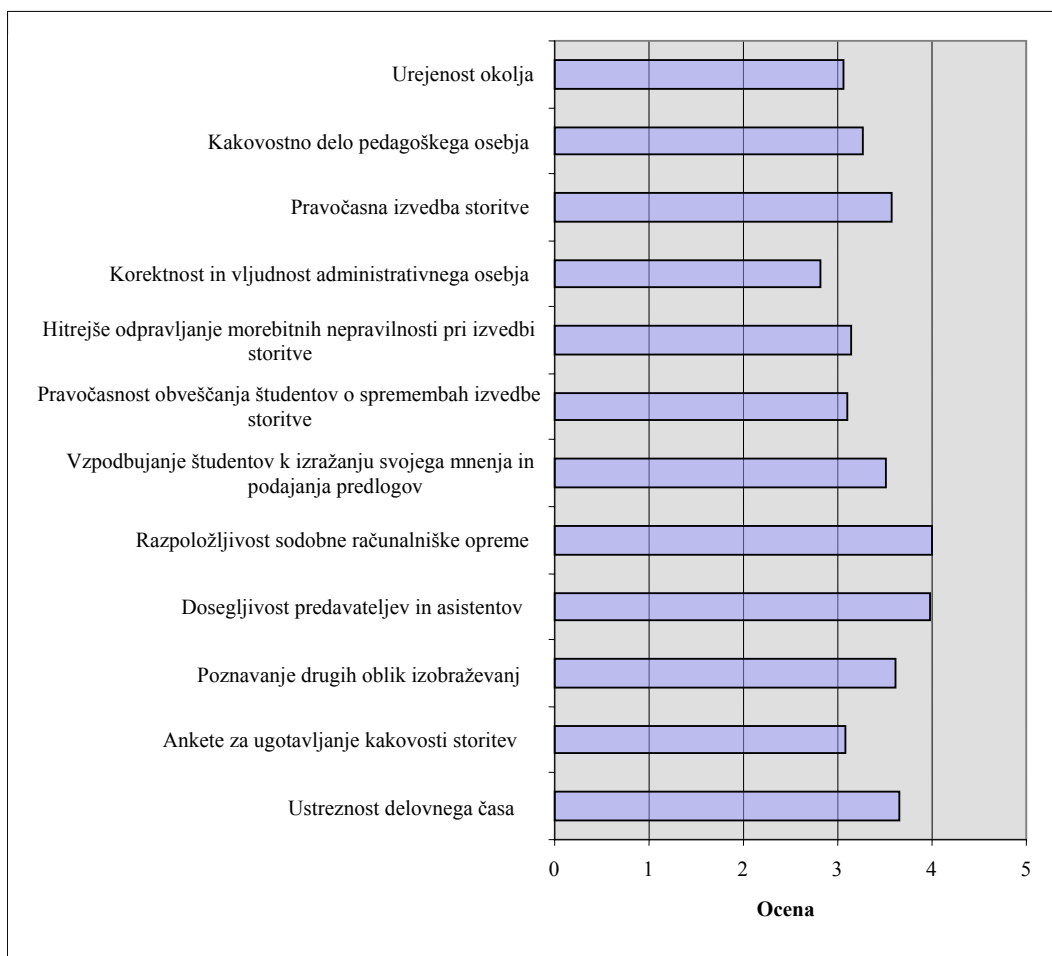
Obkrožite strinjanje s spodnjimi trditvami!

Splošne trditve vključujejo navedbe o delovnem in izobraževalnem procesu na fakulteti. Anketiranci so s pomočjo natančno določenih kriterijev ocenjevali navedene trditve. Potek ocenjevanja je potekal nemoteno in brez kakršnih koli težav, saj so vsi udeleženci anketiranja razumeli pomen vprašanja.

Kriteriji ocenjevanja so bili:

- 1 – sploh se ne strinjam
- 2 – malo se strinjam
- 3 – strinjam se
- 4 – zelo se strinjam
- 5 – popolnoma se strinjam

Slika 7.5 Prikaz povprečnih ocen posameznih trditvev za redne študente



Vir: Lastna raziskava 2005

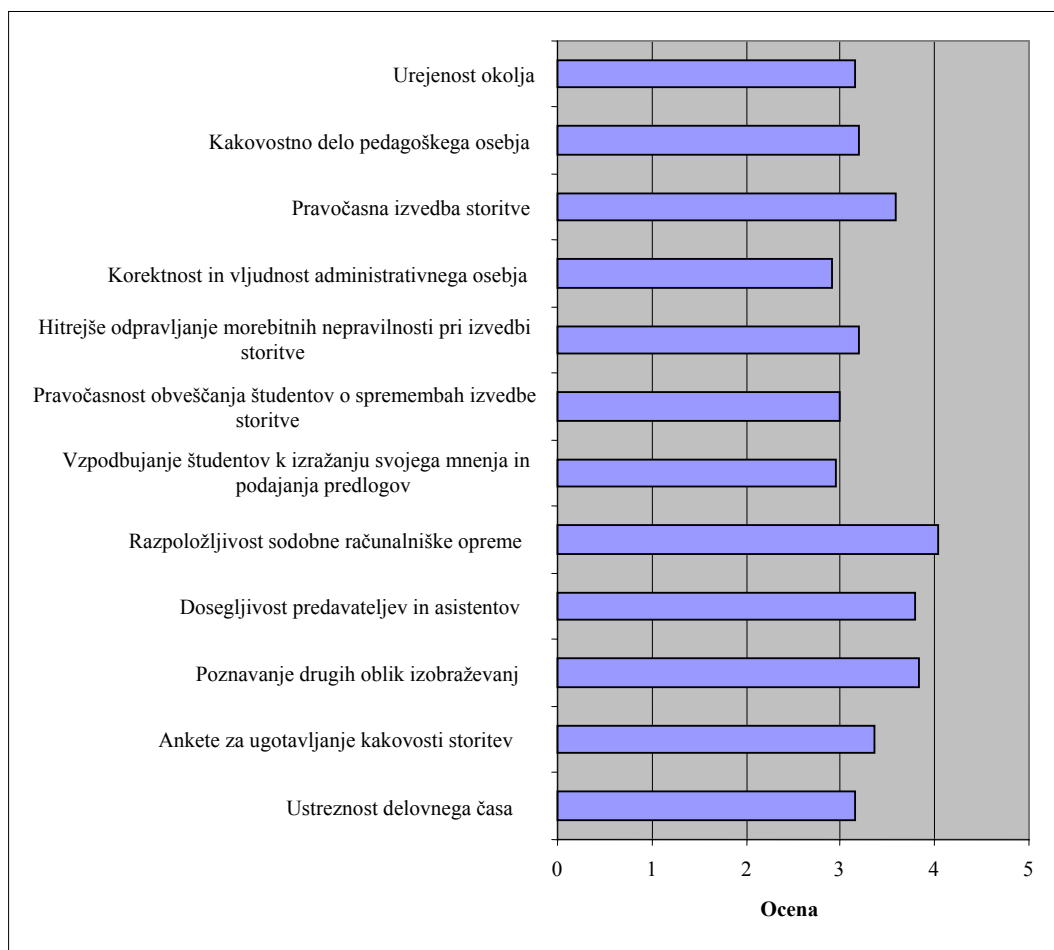
Slika 7.5 nam prikazuje gibanje povprečja med tri in štiri, kar pomeni da se večina rednih študentov strinja oziroma zelo strinja z navedenimi trditvami. V povprečju se anketirani redni študentje najbolj strinjajo s trditvijo, da lahko razpolagajo s sodobno računalniško opremo za opravljanje študijskih obveznosti oziroma za prosti čas (najvišja povprečna ocena 4,00). Najnižjo oceno pa so anketiranci namenili trditvi, ki pojasnjuje korektnost in vljudnost administrativnega osebja do študentov (najnižja povprečna ocena 2,82).

Za najvišjo povprečno oceno sledijo naslednje trditve:

- dosegljivost predavateljev in asistentov izven pogovornih ur oz. preko spleta (povprečna ocena 3,98),
- ustreznost delovnega časa fakultete, knjižnice, referata za študentske zadeve (povprečna ocena 3,66),
- poznavanje drugih oblik izobraževanja, kot npr. seminarji, okrogle mize, delavnice, itd (povprečna ocena 3,62),

- pravočasna izvedba storitve - v obljubljenem času (povprečna ocena 3,58),
- vzpodbujanja študentov k izražanju mnenj in predlogov (povprečna ocena 3,52),
- kakovostno in korektno delo pedagoškega osebja (povprečna ocena 3,26),
- odpravljanje morebitnih nepravilnosti glede izvedene storitve v najkrajšem možnem času (povprečna ocena 3,14),
- pravočasno obveščanje študentov o spremembi kraja ali časa izvedbe storitve (povprečna ocena 3,10),
- ankete za ugotavljanje kakovosti ob koncu vsakega semestra so dovolj upoštevane (povprečna ocena 3,08),
- urejeno okolje, kjer se študenti dobro počutijo (povprečna ocena 3,06).

Slika 7.6 Prikaz povprečnih ocen posameznih trditev za izredne študente



Vir: Lastna raziskava 2005

Slika 7.6 nam prikazuje gibanje povprečja med tri in štiri, kar pomeni da se dokaj večina izrednih študentov strinja oziroma zelo strinja z opredeljenimi trditvami. V povprečju se tudi anketirani izredni študentje strinjajo s trditvijo, da lahko razpolagajo s

sodobno računalniško opremo za opravljanje študijskih obveznosti oziroma za prosti čas (najvišja povprečna ocena 4,04). Najnižjo oceno pa so anketiranci namenili trditvi, ki pojasnjuje korektnost in vljudnost administrativnega osebja do študentov (najnižja povprečna ocena 2,92).

Za najvišjo povprečno oceno sledijo naslednje trditve:

- poznavanje tudi drugih oblik izobraževanja, kot npr. seminarji, okrogle mize, delavnice, itd (povprečna ocena 3,84),
- dosegljivost predavateljev in asistentov izven pogovornih ur oz. preko spleta (povprečna ocena 3,80),
- pravočasna izvedba storitve - v obljubljenem času (povprečna ocena 3,58),
- ankete za ugotavljanje kakovosti ob koncu vsakega semestra so dovolj upoštevane (povprečna ocena 3,36),
- odpravljanje morebitnih nepravilnosti glede izvedene storitve v najkrajšem možnem času (povprečna ocena 3,20),
- kakovostno in korektno delo pedagoškega osebja (povprečna ocena 3,20),
- ustreznost delovnega časa fakultete, knjižnice, referata za študentske zadeve (povprečna ocena 3,16),
- urejeno okolje, kjer se študenti dobro počutijo (povprečna ocena 3,16).
- pravočasno obveščanje študentov o spremembi kraja ali časa izvedbe storitve (povprečna ocena 3,00),
- vzpodbujanje študentov k izražanju mnenj in predlogov (povprečna ocena 2,96).

3. vprašanje

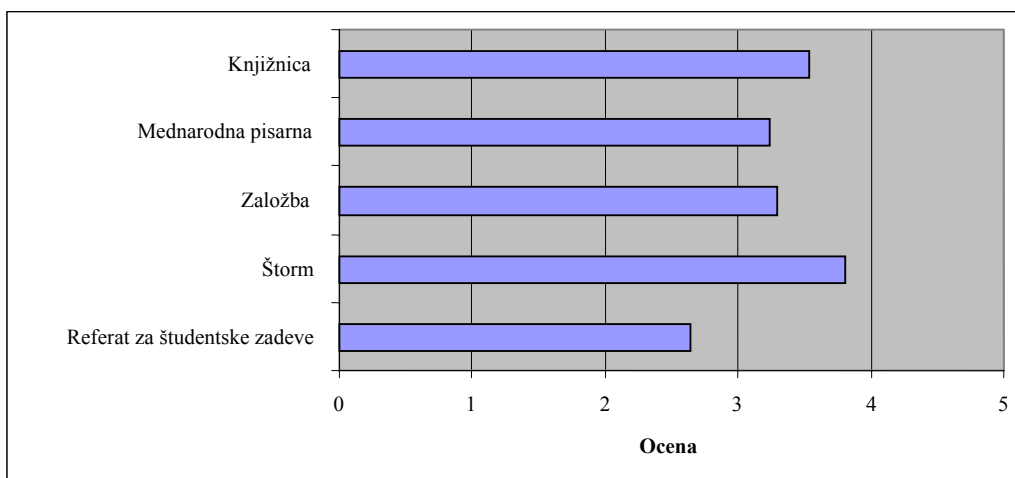
Z izbiro ustreznega odgovora, določite raven kakovosti izvajanja storitev pri naslednjih področjih!

Anketiranci so s pomočjo določenih kriterijev ocenjevali navedena področja fakultete.

Kriteriji ocenjevanja so bili:

- 1 – zelo slabo
- 2 – slabo
- 3 – povprečno
- 4 – dobro
- 5 – odlično

Slika 7.7 Prikaz povprečnih ocen posameznih področji za redne študente



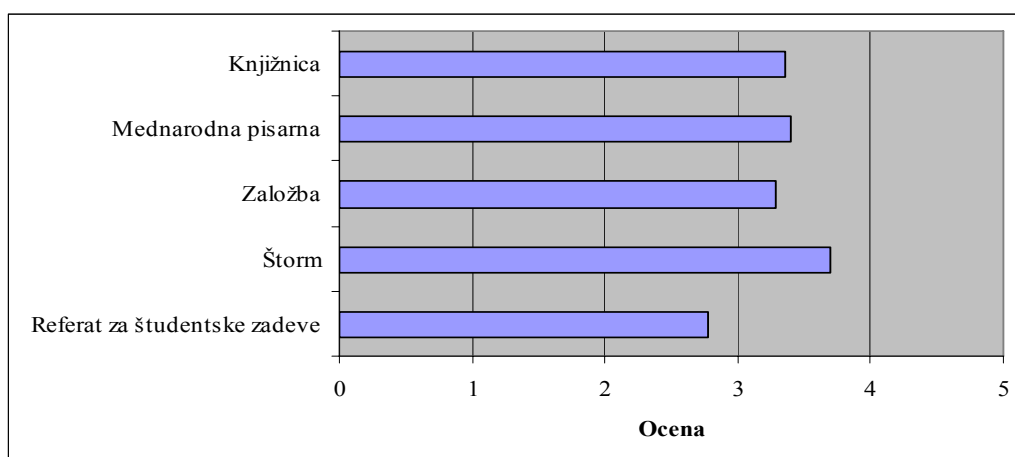
Vir: Lastna raziskava 2005

Iz slike 7.7 je razvidno, da so anketiranci najboljše ocenili delovanje Štorm-a (društvo študentov fakultete). Njihova povprečna ocena znaša 3,80. Najnižjo oceno pa so redni študentje namenili delovanju referata za študentske zadeve (najnižja povprečna ocena 2,64).

Ostale dejavnosti pa sledijo v naslednjem vrstnem redu:

- knjižnica (povprečna ocena 3,54),
- založba (povprečna ocena 3,30) in
- mednarodna pisarna (povprečna ocena 3,24).

Slika 7.8 Prikaz povprečnih ocen posameznih področji za izredne študente



Vir: Lastna raziskava 2005

Iz slike 7.8 je razvidno, da so izredni študentje prav tako najbolj ocenili delovanje Šstorm-a (društvo študentov fakultete). Njihova najvišja povprečna ocena znaša 3,70. Po mnenju izrednih študentov si najslabšo oceno zasluži referat za študentske zadeve (najnižja povprečna ocena 2,78).

Ostale dejavnosti pa sledijo v naslednjem vrstnem redu:

- mednarodna pisarna (povprečna ocena 3,40).
- knjižnica (povprečna ocena 3,36) in
- založba (povprečna ocena 3,28).

4. vprašanje

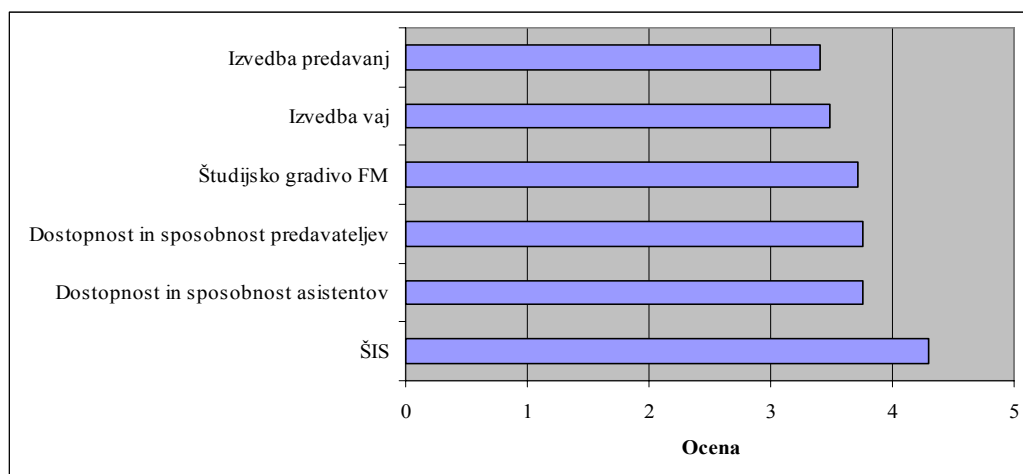
Z izbiro ustreznega odgovora na splošno ocenite kakovost naslednjih dimenzij!

Anketiranci so ocenjevali ključne dejavnosti, ki so del uspešno izvedene izobraževalne storitve.

Kriteriji ocenjevanja so bili:

- 1 – zelo slabo
- 2 – slabo
- 3 – povprečno
- 4 – dobro
- 5 – odlično

Slika 7.9 Prikaz povprečnih ocen posameznih dimenzij za redne študente



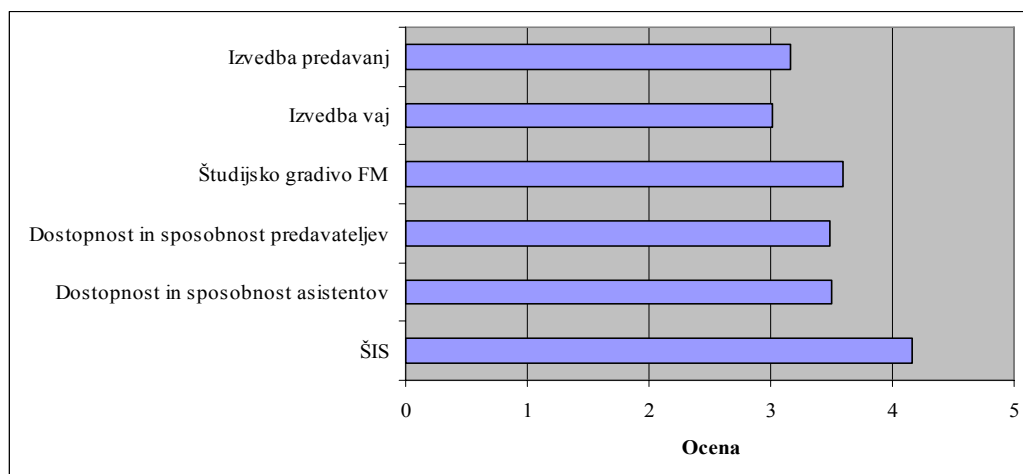
Vir: Lastna raziskava 2005

Največ anketirancev je med vsemi dimenzijami najbolj ocenijo Študentski informacijski sistem – ŠIS. Njena najvišja povprečna ocena znaša 4,30. Najnižjo povprečno oceno 3,40 pa so redni študentje namenili izvedbi predavanj.

Ostale dimenzije si sledijo v naslednjem vrstnem redu:

- dostopnost in sposobnost predavateljev (povprečna ocena 3,76),
- dostopnost in sposobnost asistentov (povprečna ocena 3,76),
- študijsko gradivo FM (povprečna ocena 3,72) in
- izvedba vaj (povprečna ocena 3,48).

Slika 8.1 Prikaz povprečnih ocen posameznih dimenzij za izredne študente



Vir: Lastna raziskava 2005

Največ anketiranih izrednih študentov je med vsemi dimenzijami najbolje ocenilo prav tako Študentski informacijski sistem – ŠIS. Povprečna ocena znaša 4,16. Najnižjo povprečno oceno 3,02 pa so namenili izvedbi vaj.

Ostale dimenzije si sledijo v naslednjem vrstnem redu:

- študijsko gradivo FM (povprečna ocena 3,60),
- dostopnost in sposobnost asistentov (povprečna ocena 3,50),
- dostopnost in sposobnost predavateljev (povprečna ocena 3,50) in
- izvedba predavanj (povprečna ocena 3,16).

5. vprašanje

Kakovost katerih storitev Vas je najbolj prijetno presenetila?

Na navedeno vprašanje je odgovorilo 72% anketiranih. Mnogim je zastavljeno vprašanje povzročalo težave, saj niso vedeli kaj konkretnega bi opredelili. Anketiranci med najbolj pogosto navedene odgovore uvrščajo naslednje:

- zanimivost in koristnost določenih predavanj in vaj,
- ŠIS,
- e-točka,
- študijska gradiva,

- urejenost spletne strani,
- dostopnost in uporabnost informacij,
- obveščanje preko SMS sporočilih,
- dostopnost in uporabnost računalniške opreme,
- študij in delo v tujini,
- Štorm (društvo študentov fakultete),
- spletni izpiti.

6. vprašanje

Ali je fakulteta v celoti izpolnila Vaša pričakovanja?

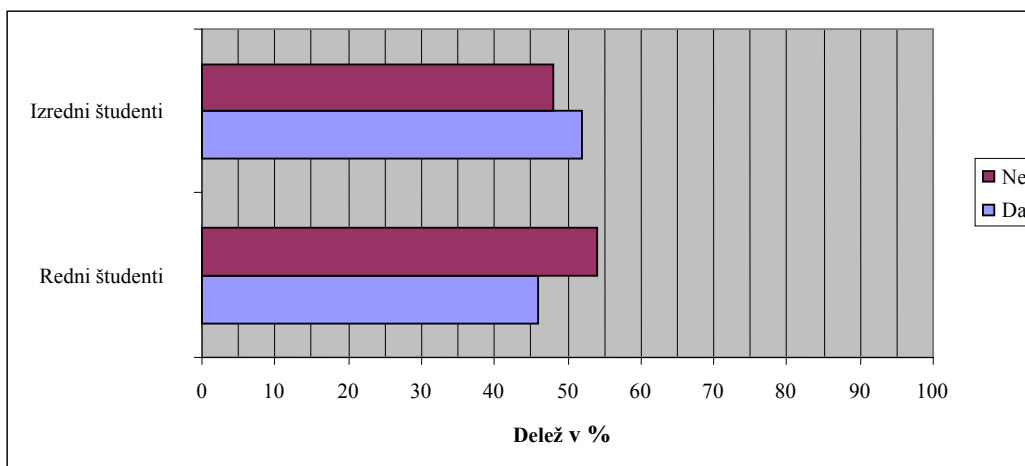
Kar 49% anketirancev je svoje odgovore opredelilo tudi z obrazložitvijo, ostalih 51% pa tega ni storilo. Anketiranci so kot pozitivne lastnosti opredelili predvsem:

- dobro počutje na fakulteti,
- dobro organiziranost izobraževalnega procesa,
- dosežena lastna pričakovanja o študiju,
- kakovostna ponudba znanj itd.

Med negativne lastnosti pa so najpogosteje opredelili naslednje:

- preveč teoretičnega in premalo praktičnega znanja,
- potek predavanj na različnih lokacijah in
- premalo pomoči fakultete pri iskanju delovne prakse.

Slika 8.2 Pričakovanja študentov



Vir: Lastna raziskava 2005

7. vprašanje

Kaj po Vašem mnenju Fakulteti za management Koper manjka oz. kaj najbolj pogrēšate?

77% anketiranih rednih in izrednih študentov je najpogosteje odgovorilo predvsem:

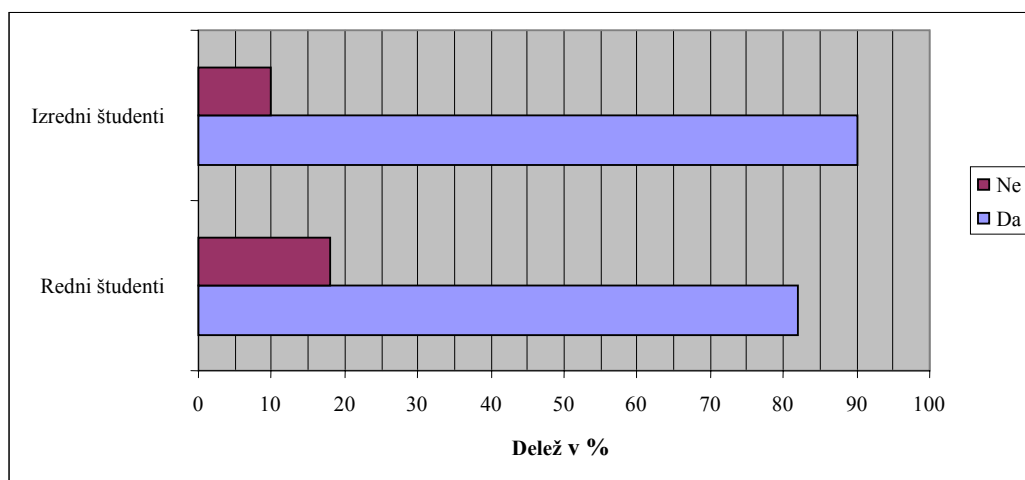
- boljša prostorska organiziranost (več predavalnic, enotna zgradba),
- večji prostori s sodobnejšo računalniško opremo,
- več praktičnega dela,
- prijaznost in vljudnost strokovnega osebja,
- več sodelovanja pedagoškega osebja s študenti,
- prostori za druženje med študenti itd.

8. vprašanje

Ali bi prijateljem priporočili študij na Fakulteti za management Koper?

Večina anketirancev (82% (41) rednih in 90% (45) izrednih študentov), bi priporočili ostalim posameznikom vpis na fakulteto.

Slika 8.3 Priporočanje študija drugim študentom



Vir: Lastna raziskava 2005

7.3.3 Ugotovitve analize

Populacijo anketnega vprašalnika je sestavljalo več udeležencev ženskega kot moškega spola. Največ anketirancev se je seznanilo z obstojem fakultete preko srednjih šol (34% (36) rednih in 25% (26) izrednih) ter preko prijateljev in znancev (32% (33) rednih in 25% (26) izrednih). Pri analizi trditev smo najprej ugotovili, da je stopnja strinjanja med rednimi in izrednimi študenti precej podobna. Redni in izredni študentje se najbolj strinjajo z trditvijo, da lahko razpolagajo s sodobno računalniško opremo.

Trditev obsega najvišjo povprečno oceno 4,00 za redne in 4,04 za izredne študente. Najmanj se anketiranci strinjajo z trditvijo, ki pojasnjuje korektnost in vljudnost administrativnega osebja (najnižja povprečna ocena rednih znaša 2,82; izrednih pa 2,92). Ostale trditve so anketiranci ocenili z naslednjimi ocenami:

- anketiranci so urejenost okolja fakultete ocenili z dobro oceno - redni (3,06) in izredni (3,16) študenti,
- redni (3,26) in izredni (3,20) študenti so potrdili, da pedagoško osebje svoje delo opravlja kakovostno in korektno,
- izvedbo storitve v pravočasnem ali obljubljenem času so enotno ocenili vsi anketiranci (ocena rednih in izrednih študentov znaša 3,58),
- pri vzpodbujanju mnenj in podajanju predlogov so se anketirani redni študentje bolj strinjali (povprečna ocena 3,52), kot izredni (povprečna ocena 2,96),
- dosegljivost predavateljev in asistentov izven pogovornih ur oz. preko spleta so anketiranci ocenili z dobro oceno (ocena rednih 3,98; izrednih pa 3,80),
- anketiranci so odpravljanje morebitnih nepravilnosti (ocena rednih 3,14; izrednih pa 3,20) ter obveščanje o spremembah izvedbe storitve (ocena rednih 3,1; izredni pa 3,00) ocenili z dobro oceno,
- vsi anketiranci (ocena rednih 3,62; izrednih pa 3,84) so potrdili tudi poznavanje drugih oblik izobraževanj, ki jih fakulteta pripravlja in izvaja,
- vsi anketiranci so se strinjali, da so ankete kot pripomoček za ugotavljanje kakovosti storitev ob koncu vsakega študijskega semestra dovolj upoštevane (ocena rednih 3,08; izrednih pa 3,36),
- anketiranci so potrdili tudi strinjanje o delovnem času poslovanja fakultete, knjižnice, referata za študentske zadeve (ocena rednih 3,66; izrednih pa 3,16).

Redni in izredni študenti so najvišjo oceno namenili Štorm-u (društvu študentov fakultete). Najvišja povprečna ocena rednih študentov znaša 3,80; izrednih pa 3,70. Najslabše ocenjeno področje je delo v referatu za študentske zadeve, saj je kar nekaj anketirancev izrazilo neprijaznost in nevljudnost zaposlenih do študentov (najnižja povprečna ocena rednih znaša 2,64; izrednih pa 2,78). Delo mednarodne pisarne in založbe ni ocenilo nekaj študentov, bodisi zaradi nepoznavanja ali ne uporabljanja storitev, ki ju področji ponujata. Ostala področja pa so anketiranci ocenili z naslednjimi ocenami:

- knjižnica (ocena rednih 3,54; izrednih pa 3,36),
- mednarodna pisarna (ocena rednih 3,24; izredni pa 3,40) in
- založba (ocena rednih 3,30; izredni pa 3,28).

Pri ocenjevanju ključnih dimenzij fakultete, so anketiranci najbolje ocenili Študentski informacijski sistem – ŠIS. Najvišja povprečna ocena rednih znaša 4,30;

izrednih pa 4,16. Anketirani redni študenti so najnižjo oceno nameni izvedbi predavanj (3,40), anketirani izredni študenti pa izvedbi vaj (3,02). Ostale dimenzije pa so anketiranci ocenili z naslednjimi ocenami:

- dostopnost in sposobnost predavateljev (ocena rednih 3,76; izrednih pa 3,48),
- dostopnost in sposobnost asistentov (ocena rednih 3,76; izrednih pa 3,50),
- študijsko gradivo FM (ocena rednih 3,72; izredni pa 3,60),
- izvedba predavanj (ocena izrednih študentov 3,16),
- izvedba vaj (ocena rednih študentov 3,48).

Redni študentje kot najpomembnejši vir pridobivanja vsebine za učenje uvrščajo predvsem vaje, ne pa predavanja. Izrednim pa bolj ustrezajo predavanja kot vaje.

Poudariti moramo, da žal vseh odgovorjenih odgovorov anketirancev ni bilo mogoče opredeliti in vključiti v analizo. Vsebina mnogih odgovorov ni bila navedena oziroma je bila nesmiselna in neprimerna. Anketiranci so vzpostavljali predloge in mnenja, ki se navezujejo z že poznanimi temami (prostorska stiska, enotna zgradba, več praktičnega dela itd.). Nihče ni podal posebnih in drugačnih predlogov, zato menimo, da so želje in potrebe študentov enotne.

Pričakovanja anketirancev se popolnoma razlikujejo, saj 54% (27) rednih študentov meni, da fakulteta ni povsem izpolnila njihova pričakovanja, 52% (26) izrednih študentov pa je zadovoljnih.

Z izpolnjevanjem ankete smo tudi sami ocenili in opredelili svoja mnenja ter nadaljnje predloge. Menimo, da bi bilo potrebno v raziskavo vključiti več udeležencev, s katerimi bi lahko pridobili bolj natančne podatke. Vložen trud in čas bi bil bistveno večji, kajti spoznali smo, da veliko študentov nima interesa izpolnjevati anketnih vprašalnikov. Nekaj študentov pa je bilo zelo prijaznih in so z velikim navdušenjem anketo sprejeli in jo izpolnili.

8 SKLEP

Trženje in kakovost že od nekdaj predstavljata ključna elementa pri ustvarjanju uspešnega poslovanja organizacij. Brez ustreznega trženja in ponujanja dovolj kakovostnih izdelkov ali storitev je obstoj organizacije na trgu lahko vprašljiv. S pomočjo ustreznih aktivnosti, kot so npr. oblikovanje marketinške strategije, marketinškega spleta in strateškega načrta, organizacije lahko dosežejo uspešnost poslovanja. Proces spremljanja in ugotavljanja kakovosti med izdelki in storitvami se bistveno razlikuje. Tudi storitvene organizacije se vse bolj zavedajo vloge, ki jo ima kakovost pri odjemalcih in zato vse bolj težijo k njenemu spremljanju in ugotavljanju.

Z uresničitvijo raziskovalnih ciljev smo v diplomski nalogi opredelili pojma trženje in kakovost na področju izobraževalnih storitev. Cilji naloge so vključevali predvsem preučitev pomembnosti trženja v visokošolskem izobraževanju; raziskovanje metod in orodij, ki visokošolskim zavodom služijo pri ugotavljanju zadovoljstva odjemalcev storitev ter proučevanje, kako visokošolski zavodi zagotavljajo in ugotavljajo kakovost izvajanja storitev.

Visokošolski zavodi se v preteklosti niso preveč ukvarjali z ugotavljanjem kakovosti, sedaj je ta dejavnost postala obvezna in najpomembnejša. Zavodi ugotavljajo kakovost ponudbe izobraževanj s pomočjo samoevalvacijskih postopkov, katerih končna analiza je prikazana in objavljena v letnih poročilih. Proces samoevalvacije omogoča hkrati spremljanje in pridobivanje novih idej, predlogov za nadaljnje izboljšave storitev. Zavodi namenjajo veliko pozornosti tudi lastnemu oglaševanju, saj s pomočjo različnih medijev (npr. radio, časopis, internet itd.) skušajo sedanje in bodoče odjemalce opozoriti o njihovi ponudbi izobraževanj.

S pomočjo anketnega vprašalnika smo temeljito analizirali zaznavanje odjemalcev na primeru izbrane fakultete. Naši cilji so bili predvsem ugotoviti, ali so študentje na Fakulteti za management Koper zadovoljni s kakovostjo ponujenega izobraževanja. Z analizo vprašalnika smo ugotovili enotno zaznavanje kakovosti med rednimi in izrednimi študenti. Strinjajo se s ponujeno kakovostjo storitev. Najbolj pa si želijo izvedbe predavanj, vaj in seminarjev v enotni zgradbi in več praktičnega znanja.

Kakovostna, natančna in zanesljiva anketna raziskava zahteva bistveno večji vložek denarja, udeležencev in časa.

LITERATURA

- Cvikl, Helena. 2001. Modeli za kakovost storitev. *Naše gospodarstvo* 3/4: 310-323.
- Devetak, Gabrijel in Goran Vukovič. 2002. *Marketing izobraževalnih storitev*. Kranj: Moderna organizacija.
- Ivančič, Jerneja. 2004. *Bolonjski proces in slovenske visokošolske knjižnice*. [Http://revija-knjiznica.zbds-zveza.si/Izvodi/K0404/ivancic.pdf](http://revija-knjiznica.zbds-zveza.si/Izvodi/K0404/ivancic.pdf) (31.5.2005).
- Kobeja, Boris. 2001. *Priročnik za pisce strokovnih besedil: znanstveni aparat*. Koper: Visoka šola za management Koper.
- Kump, Sonja. 2000. Konceptualni in metodološki pristopi v evalvaciji visokega šolstva. *V Evalvacija*, ur. Darko Štrajn, 143-155. Ljubljana: Pedagoški inštitut.
- Kump, Sonja. 2000. Paradigme, koncepti in metode v evalvaciji izobraževanja. *V Evalvacija*, ur. Darko Štrajn, 13-25. Ljubljana: Pedagoški inštitut.
- Leban, Ivan. 2004. *Bolonjska načela na Univerzi v Ljubljani*. [Http://acta.chem-soc.si/51/51-3-Supplement-Leban.pdf](http://acta.chem-soc.si/51/51-3-Supplement-Leban.pdf) (31.5.2005).
- Lesjak, Dušan, Nada Trunk Širca in Viktorja Sulčič, ur. 2005. Organizacija, izvedba in razvoj izobraževalne dejavnosti: *poročilo za študijsko leto 2003/2004*. Koper: Fakulteta za management.
- Lončar, Lovro. 2001. Marketing na področju izobraževanja – izobraževanje javnih uslužbencev. *Organizacija* 34 (10): 650-656.
- Meško Štok, Zlatka. 2002. *Vloga managementa za dvig kakovosti trženja storitev*. [Http://www.fm-kp.si/zalozba/ISBN/961-6268-83-X/145-150.pdf](http://www.fm-kp.si/zalozba/ISBN/961-6268-83-X/145-150.pdf) (20.2.2005).
- Musek Lešnik, Kristjan in Katra Bergant. 2001. *Samoevalvacija v vzgojno-izobraževalnih organizacijah*. Ljubljana: Inštitut za psihologijo osebnosti.
- Novak, Polona. 2004. Strategija izvajanja izobraževalnih storitev – kakovostna izobraževalna ustanova. Management, znanje in EU: *zbornik 23. mednarodne znanstvene konference o razvoju organizacijskih ved*. Kranj: Moderna organizacija.
- Potočnik, Vekoslav. 1998. *Uvod v trženje storitev*. Ljubljana: Ekonomska fakulteta.
- Potočnik, Vekoslav. 2000. *Trženje storitev*. Ljubljana: Gospodarski vestnik.
- Potočnik, Vekoslav. 2004. *Trženje storitev*. Ljubljana: Gospodarski vestnik.
- Roncelli Vaupot, Silva. 2002. *Načrtovanje razvoja vzgojno izobraževalne organizacije – strateški načrt in / ali strateška namera*. [Http://www.fm-kp.si/zalozba/ISBN/961-6268-83-X/187-192.pdf](http://www.fm-kp.si/zalozba/ISBN/961-6268-83-X/187-192.pdf) (10.2.2005).
- Vidic, Franci. 2000. *Trženje za podjetnike*. Portorož: GEA College.
- Snoj, Boris. 1998. *Management storitev*. Koper: Visoka šola za management.
- Snoj, Boris. 2003. *Marketing storitev - skripta*. Koper: Fakulteta za management.
- Svoljšak, Tine. 2004. *Elaborat k vzpostavitvi neodvisne agencije za spremljanje in zagotavljanje kakovosti visokošolskega procesa Republike Slovenije*. [Http://www.reformazdaj.org/files/elaborat%20o%20agenciji%20za%20kakovost.doc](http://www.reformazdaj.org/files/elaborat%20o%20agenciji%20za%20kakovost.doc) (19.5.2005).
- Stare, Janez. 2001. Zagotavljanje kakovostnega visokošolskega izobraževanja. Management in globalizacija: *zbornik 20. znanstvenega posveta o razvoju organizacijskih ved*. Kranj: Moderna organizacija.

- Trnavčević, Anita in Renata Zupanc Grom. 2000. *Marketing v izobraževanju*. Ljubljana: Šola za ravnatelje.
- Tavčar, Mitja I. 2000. *Strategija trženja*. Koper: Visoka šola za management.
- Tavčar, Mitja I. 2005. *Strateški management nepridobitnih organizacij*. Koper: Fakulteta za management.
- Tavzes, Miloš. 2002. *Veliki slovar tujk*. Ljubljana: Cankarjeva založba.
- Trunk Širca, Nada in Miha Pauko. 2004. *Kakovost v visokem šolstvu: Poročilo Nacionalne komisija za kvaliteto visokega šolstva 2003*. Koper: Fakulteta za management.
- Trunk Širca, Nada in Miha Pauko. 2005. *Kakovost v visokem šolstvu: Poročilo Nacionalne komisija za kvaliteto visokega šolstva 2004*. Koper: Fakulteta za management.
- Trunk Širca, Nada. 2002. Vodenje nevladnih organizacij: primer menedžmenta v visokem šolstvu. V *Jadranje po nemirnih vodah menedžmenta nevladnih organizacij*, ur. Dejan Jelovac, 183-198. Koper: Visoka šola za management.
- Zorić, Milena. 2004. Evalvacija v izobraževanju odraslih: Pot do večje kakovosti izobraževanja odraslih. *Andragoška spoznanja*, št. 2: 18-26.

VIRI

- Fakulteta za management Koper. 2005. Vstopna stran. [Http://www.fm-kp.si/](http://www.fm-kp.si/) (10.6.2005).
- Ministrstvo za šolstvo in šport RS. 2005. Vstopna stran. [Http://www.mszs.si/](http://www.mszs.si/) (18.5.2005).
- Ministrstvo za visoko šolstvo, znanost in tehnologijo RS. 2005. Vstopna stran. [Http://www.mvzt.gov.si/](http://www.mvzt.gov.si/) (19.5.2005).
- Poročilo Visoke šole za management Koper 2000/2001. [Http://www.fm-kp.si/zalozba/ISSN/1580-2078/2001.pdf](http://www.fm-kp.si/zalozba/ISSN/1580-2078/2001.pdf) (10.5.2005).
- Poročilo Fakultete za management Koper 2003/2004. [Http://www.fm-kp.si/zalozba/ISSN/1854-0457/2004.htm](http://www.fm-kp.si/zalozba/ISSN/1854-0457/2004.htm) (10.5.2005)
- Portal znanja. 2005. Portal. Vstopna stran. [Http://www.portalznanja.com/](http://www.portalznanja.com/) (1.6.2005).
- Radio student Ljubljana. 2005. Vstopna stran. [Http://www.radiostudent.si/](http://www.radiostudent.si/) (13.5.2005).
- Analiza študentskih anket za študijsko leto 2003/2004. [Http://www.fm-kp.si/gradivo_predmet/gradivo_drugo_studenti/studentizv_835.pdf](http://www.fm-kp.si/gradivo_predmet/gradivo_drugo_studenti/studentizv_835.pdf) (20.5.2005)
- Zakon o visokem šolstvu. Uradni list RS, št. 100/2004, št. 67/93

PRILOGE

Priloga 1 Anketni vprašalnik,

Priloga 2 Seznam visokošolskih zavodov

Spoštovani! Sem absolventka rednega dodiplomskega študija Fakultete za management Koper. Študente prosim za sodelovanje v anketi o zagotavljanju kakovosti storitev. Pridobljeni odgovori bodo osnova za izdelavo diplomske naloge na področju trženja in kakovosti.

Namen vprašalnika je ugotoviti, ali so študentje na Fakulteti za management Koper zadovoljni s kakovostjo ponujenih izobraževalnih storitev. Za sodelovanje se Vam vnaprej zahvaljujem!

A N K E T N I V P R A Š A L N I K

Označite spol:

- ženski moški

Fakulteto za management obiskujem kot:

- redni študent izredni študent

Preko katerih medijev ste se seznanili z obstojem fakultete?

(Možnih odgovorov je lahko več.)

- internet srednja šola
 časopis prijatelji, znanci
 radio drugo

Obkrožite strinjanje s spodnjimi trditvami:

1 – sploh se ne strinjam; 2 – malo se strinjam; 3 – strinjam se; 4 – zelo se strinjam; 5 – popolnoma se strinjam

| | | | | | |
|--|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| Poskrbljeno je za urejeno okolje, v katerem se študentje odlično počutijo. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Pedagoško osebje opravlja svoje delo kakovostno in korektno. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Storitve so izvedene v obljubljenem času. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Administrativno osebje je korektno in vljudno do študentov. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Morebitne nepravilnosti glede izvedene storitve so odpravljene v najkrajšem možnem času. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Študentje so redno in pravočasno obveščeni o spremembi kraja oz. časa izvedbe storitve. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Študentje so vzpodbujeni k izražanju svojega mnenja in podajanju predlogov. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Študentje imajo na razpolago sodobno računalniško opremo za opravljanje študijskih obveznosti oz. za prosti čas. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Predavatelji, asistenti so za študente dosegljivi tudi izven pogovornih ur oz. preko spleta. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Poleg programov za pridobivanje izobrazbe so na razpolago tudi druge oblike izobraževanj, kot npr. seminarje, okrogle mize, delavnice ... | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Ankete za ugotavljanje kakovosti storitev ob koncu vsakega semestra se mi zdijo dovolj upoštewane in storitve se na takšen način izboljšujejo. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Ure poslovanja so ustrezne (fakulteta, knjižnica, referat za študentske zadeve). | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

Obrni!

Z izbiro ustreznega odgovora, določite raven kakovosti izvajanja storitve pri naslednjih področjih:

1 – zelo slabo; 2 – slabo; 3 – povprečno; 4 – dobro; 5 – odlično

| | | | | | |
|------------------------------|----------------------------|----------------------------|----------------------------|----------------------------|----------------------------|
| Knjižnica | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 | <input type="checkbox"/> 3 | <input type="checkbox"/> 4 | <input type="checkbox"/> 5 |
| Mednarodna pisarna | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 | <input type="checkbox"/> 3 | <input type="checkbox"/> 4 | <input type="checkbox"/> 5 |
| Založba | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 | <input type="checkbox"/> 3 | <input type="checkbox"/> 4 | <input type="checkbox"/> 5 |
| Štorm – društvo študentov FM | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 | <input type="checkbox"/> 3 | <input type="checkbox"/> 4 | <input type="checkbox"/> 5 |
| Referat za študentske zadeve | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 | <input type="checkbox"/> 3 | <input type="checkbox"/> 4 | <input type="checkbox"/> 5 |

Z izbiro ustreznega odgovora na splošno ocenite kakovost naslednjih dimenzij:

1 – zelo slabo; 2 – slabo; 3 – povprečno; 4 – dobro; 5 – odlično

| | | | | | |
|--|----------------------------|----------------------------|----------------------------|----------------------------|----------------------------|
| Izvedba predavanj | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 | <input type="checkbox"/> 3 | <input type="checkbox"/> 4 | <input type="checkbox"/> 5 |
| Izvedba vaj | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 | <input type="checkbox"/> 3 | <input type="checkbox"/> 4 | <input type="checkbox"/> 5 |
| Dostopnost in sposobnost predavateljev | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 | <input type="checkbox"/> 3 | <input type="checkbox"/> 4 | <input type="checkbox"/> 5 |
| Dostopnost in sposobnost asistentov | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 | <input type="checkbox"/> 3 | <input type="checkbox"/> 4 | <input type="checkbox"/> 5 |
| Študijsko gradivo FM | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 | <input type="checkbox"/> 3 | <input type="checkbox"/> 4 | <input type="checkbox"/> 5 |
| ŠIS | <input type="checkbox"/> 1 | <input type="checkbox"/> 2 | <input type="checkbox"/> 3 | <input type="checkbox"/> 4 | <input type="checkbox"/> 5 |

Kakovost katerih storitev Vas je najbolj prijetno presenetila?

Odgovor: _____

Ali je fakulteta v celoti izpolnila Vaša pričakovanja?

da ne

Zakaj? _____

Kaj po Vašem mnenju Fakulteti za management Koper manjka oz. kaj najbolj pogrešate?

Odgovor: _____

Ali bi prijateljem priporočili študij na Fakulteti za management Koper?

da ne

SEZNAM VISOKOŠOLSКИH ZAVODOV

JAVNI VISOKOŠOLSKI ZAVODI

UNIVERZA V LJUBLJANI

UNIVERZA V LJUBLJANI

KONGRESNI TRG 12, 1000 LJUBLJANA

TEL: (01) 241 85 00

INTERNET: [HTTP://WWW.UNI-LJ.SI/](http://www.uni-lj.si/)

AKADEMIJA ZA GLASBO

STARI TRG 34, 1000 LJUBLJANA

TEL: (01) 242 73 00

INTERNET: [HTTP://WWW.AG.UNI-LJ.SI/](http://www.ag.uni-lj.si/)

AKADEMIJA ZA GLEDALIŠČE, RADIO, FILM IN TELEVIZIJO

NAZORJEVA 3, 1000 LJUBLJANA

TEL: (01) 251 04 12, 251 05 03

INTERNET: [HTTP://WWW.AGRFT.UNI-LJ.SI/](http://www.agrft.uni-lj.si/)

AKADEMIJA ZA LIKOVNO UMETNOST

ERJAVČEVA 23, 1000 LJUBLJANA

TEL: (01) 251 27 26

INTERNET: [HTTP://WWW.ALU.UNI-LJ.SI/](http://www.alu.uni-lj.si/)

BIOTEHNIŠKA FAKULTETA

JAMNIKARJEVA 101, 1000 LJUBLJANA

TEL: (01) 423 11 61

INTERNET: [HTTP://WWW.BF.UNI-LJ.SI/](http://www.bf.uni-lj.si/)

EKONOMSKA FAKULTETA

KARDELJEVA PLOŠČAD 17, 1000 LJUBLJANA

TEL: (01) 589 24 00

INTERNET: [HTTP://WWW.EF.UNI-LJ.SI/](http://www.ef.uni-lj.si/)

FAKULTETA ZA ARHITEKTURO

ZOISOVA 12, 1000 LJUBLJANA

TEL: (01) 200 07 35, 200 07 62

INTERNET: [HTTP://WWW.ARH.UNI-LJ.SI/](http://www.arh.uni-lj.si/)

FAKULTETA ZA DRUŽBENE VEDE

KARDELJEVA PLOŠČAD 5, 1000 LJUBLJANA

TEL: (01) 580 51 00

INTERNET: [HTTP://WWW.FDV.UNI-LJ.SI/](http://www.fdv.uni-lj.si/)

FAKULTETA ZA ELEKTROTEHNIKO

TRŽAŠKA 25, 1000 LJUBLJANA

TEL: (01) 476 84 11

INTERNET: [HTTP://WWW.FE.UNI-LJ.SI/](http://www.fe.uni-lj.si/)

FAKULTETA ZA FARMACIJO

AŠKERČEVA 7, 1000 LJUBLJANA

TEL: (01) 476 95 00

INTERNET: [HTTP://WWW.FFA.UNI-LJ.SI/](http://www.ffa.uni-lj.si/)

FAKULTETA ZA GRADBENIŠTVO IN GEODEZIJO

JAMOVA 2, 1000 LJUBLJANA

TEL: (01) 476 85 00 N.C.

INTERNET: [HTTP://FGG.UNI-LJ.SI/](http://fgg.uni-lj.si/)

FAKULTETA ZA KEMIJO IN KEMIJSKO TEHNOLOGIJO

AŠKERČEVA 5, 1000 LJUBLJANA

TEL: (01) 241 91 00

INTERNET: [HTTP://WWW.FKKT.UNI-LJ.SI/](http://www.fkkt.uni-lj.si/)

FAKULTETA ZA MATEMATIKO IN FIZIKO

JADRANSKA 19, 1000 LJUBLJANA

TEL: (01) 476 65 00

INTERNET: [HTTP://WWW.FMF.UNI-LJ.SI/](http://www.fmf.uni-lj.si/)

FAKULTETA ZA POMORSTVO IN PROMET

POT POMORŠČAKOV 4, 6320 PORTOROŽ

TEL: (05) 676 71 00

INTERNET: [HTTP://WWW.FPP.UNI-LJ.SI/](http://www.fpp.uni-lj.si/)

FAKULTETA ZA RAČUNALNIŠTVO IN INFORMATIKO

TRŽAŠKA 25, 1000 LJUBLJANA

TEL: (01) 476 84 11

INTERNET: [HTTP://WWW.FRI.UNI-LJ.SI/](http://www.fri.uni-lj.si/)

FAKULTETA ZA SOCIALNO DELO

TOPNIŠKA 31, 1000 LJUBLJANA

TEL: (01) 280 92 40

INTERNET: [HTTP://WWW.FSD.SI/](http://www.fsd.si/)

FAKULTETA ZA STROJNIŠTVO

AŠKERČEVA 6, 1000 LJUBLJANA

TEL: (01) 477 12 00

INTERNET: [HTTP://WWW.FS.UNI-LJ.SI/](http://www.fs.uni-lj.si/)

FAKULTETA ZA ŠPORT

GORTANOVA 22, 1000 LJUBLJANA

TEL: (01) 520 77 00

INTERNET: [HTTP://WWW.SP.UNI-LJ.SI/](http://www.sp.uni-lj.si/)

FAKULTETA ZA UPRAVO

GOSARJEVA ULICA 5, 1000 LJUBLJANA

TEL: (01) 580 55 00

INTERNET: [HTTP://WWW.FU.UNI-LJ.SI/](http://www.fu.uni-lj.si/)

FILOZOFSKA FAKULTETA

AŠKERČEVA 2, 1000 LJUBLJANA

TEL: (01) 241 10 00

INTERNET: [HTTP://WWW.FF.UNI-LJ.SI/](http://www.ff.uni-lj.si/)

MEDICINSKA FAKULTETA

VRAZOV TRG 2, 1000 LJUBLJANA

TEL: (01) 543 77 00

INTERNET: [HTTP://WWW.MF.UNI-LJ.SI/](http://www.mf.uni-lj.si/)

NARAVOSLOVNOTEHNIŠKA FAKULTETA

AŠKERČEVA 12, 1000 LJUBLJANA

TEL: (01) 470 45 00

INTERNET: [HTTP://WWW.NTF.UNI-LJ.SI/](http://www.ntf.uni-lj.si/)

PEDAGOŠKA FAKULTETA

KARDELJEVA PLOŠČAD 16, 1000 LJUBLJANA

TEL: (01) 589 22 00

INTERNET: [HTTP://WWW.PEF.UNI-LJ.SI/](http://www.pef.uni-lj.si/)

PRAVNA FAKULTETA

POLJANSKI NASIP 2, 1000 LJUBLJANA

TEL: (01) 420 31 00

INTERNET: [HTTP://PF-LJ.KELT.SI/](http://pf-lj.kelt.si/)

TEOLOŠKA FAKULTETA

POLJANSKA 4, 1000 LJUBLJANA

TEL: (01) 434 58 10
INTERNET: [HTTP://WWW.TEOF.UNI-LJ.SI/](http://www.teof.uni-lj.si/)

TEL: (01) 477 91 00
INTERNET: [HTTP://WWW.VF.UNI-LJ.SI/](http://www.vf.uni-lj.si/)

VISOKA ŠOLA ZA ZDRAVSTVO
POLJANSKA CESTA 26A, 1000 LJUBLJANA
TEL: (01) 300 11 11
INTERNET: [HTTP://WWW.VSZ.UNI-LJ.SI](http://www.vsz.uni-lj.si/)

VETERINARSKA FAKULTETA
GERBIČEVA 60, 1000 LJUBLJANA

UNIVERZA V MARIBORU

UNIVERZA V MARIBORU
SLOMŠKOV TRG 15, 2000 MARIBOR
TEL: (02) 235 52 80
INTERNET: [HTTP://WWW.UNI-MB.SI/](http://www.uni-mb.si/)

EKONOMSKO-POSLOVNA FAKULTETA
RAZLAGOVA 14, 2000 MARIBOR
TEL: (02) 229 00 00
INTERNET: [HTTP://EPFOLD.UNI-MB.SI/](http://epfold.uni-mb.si/)

**FAKULTETA ZA ELEKTROTEHNIKO,
RAČUNALNIŠTVO IN INFORMATIKO**
SMETANOVA UL. 17, 2000 MARIBOR
TEL: (02) 220 7000
INTERNET: [HTTP://WWW.FERL.UNI-MB.SI/](http://www.ferl.uni-mb.si/)

FAKULTETA ZA GRADBENIŠTVO
SMETANOVA UL. 17, 2000 MARIBOR
TEL: (02) 229 43 00
INTERNET: [HTTP://FG.UNI-MB.SI/](http://fg.uni-mb.si/)

**FAKULTETA ZA KEMIJO IN KEMIJSKO
TEHNOLOGIJO**
SMETANOVA UL. 17, 2000 MARIBOR
TEL: (02) 229 44 00
INTERNET: [HTTP://ATOM.UNI-MB.SI/INDEX.HTML](http://atom.uni-mb.si/index.html)

FAKULTETA ZA KMETIJSTVO
VRBANSKA 30, 2000 MARIBOR
TEL: (02) 250 58 00
INTERNET: [HTTP://FK.UNI-MB.SI/](http://fk.uni-mb.si/)

FAKULTETA ZA LOGISTIKO
MARIBORSKA C. 2, 3000 CELJE

FAKULTETA ZA ORGANIZACIJSKE VEDE
KIDRIČEVA CESTA 55A, 4000 KRANJ
TEL: (04) 237 42 00
INTERNET: [HTTP://WWW.FOV.UNI-MB.SI/](http://www.fov.uni-mb.si/)

**FAKULTETA ZA POLICIJSKO-VARNOSTNE
VEDE**
KOTNIKOVA 8, 1000 MARIBOR
TEL: (01) 300 83 00
INTERNET: [HTTP://WWW.FPVV.UNI-MB.SI/](http://www.fpvv.uni-mb.si/)

FAKULTETA ZA STROJNIŠTVO
SMETANOVA UL. 17, 2000 MARIBOR
TEL: (02) 220 75 00
INTERNET: [HTTP://WWW.FS.UNI-MB.SI/MAIN.ASP](http://www.fs.uni-mb.si/main.asp)

MEDICINSKA FAKULTETA
SLOMŠKOV TRG 15, 2000 MARIBOR
TEL: (02) 23 45 601
INTERNET: [HTTP://WWW.UNI-MB.SI/](http://www.uni-mb.si/)

PEDAGOŠKA FAKULTETA
KOROŠKA C. 160, 2000 MARIBOR
TEL: (02) 229 36 00
INTERNET: [HTTP://WWW.PFMB.UNI-MB.SI/](http://www.pfmb.uni-mb.si/)

PРАВNA FAKULTETA
MLADINSKA ULICA 9, 2000 MARIBOR
TEL: (02) 250 42 00
INTERNET: [HTTP://WWW.PF.UNI-MB.SI/](http://www.pf.uni-mb.si/)

VISOKA ZDRAVSTVENA ŠOLA
ŽITNA ULICA 15, 2000 MARIBOR
TEL: (02) 300 47 00
INTERNET: [HTTP://SOLA.VZDR.UNI-MB.SI/](http://sola.vzdr.uni-mb.si/)

UNIVERZA NA PRIMORSKEM

UNIVERZA NA PRIMORSKEM
TITOV TRG 4, 6000 KOPER
TEL: (05) 611 75 00
INTERNET: [HTTP://WWW.UPR.SI/](http://www.upr.si/)

**FAKULTETA ZA HUMANISTIČNE ŠTUDIJE
KOPER**
GLAGOLJAŠKA ULICA 8, 6000 KOPER
TEL: (05) 663 77 40
INTERNET: [HTTP://WWW.FHS.UPR.SI/](http://www.fhs.upr.si/)

FAKULTETA ZA MANAGEMENT KOPER
CANKARJEVA 5, 6104 KOPER
TEL: (05) 610 20 00
INTERNET: [HTTP://WWW.FM.UPR.SI/](http://www.fm.upr.si/)

PEDAGOŠKA FAKULTETA KOPER
CANKARJEVA 5, 6000 KOPER
TEL: (05) 663 12 60
INTERNET: [HTTP://WWW.PEF.UPR.SI/](http://www.pef.upr.si/)

**TURISTICA - VISOKA ŠOLA ZA TURIZEM
PORTOROŽ**
OBALA 29, 6320 PORTOROŽ
TEL: (05) 61 77 000
INTERNET: [HTTP://WWW.TURISTICA.SI/](http://www.turistica.si/)

VISOKA ŠOLA ZA ZDRAVSTVO IZOLA
POLJE 42, 6310 IZOLA
TEL: (05) 626 20 05
INTERNET: [HTTP://WWW.VSZL.UPR.SI](http://www.vszl.upr.si/)

SAMOSTOJNI VISOKOŠOLSKI ZAVODI

**FAKULTETA ZA PODIPLOMSKE DRŽAVNE
IN EVROPSKE ŠTUDIJE KRANJ**
PREDOSLJE 39, 4000 KRANJ
TEL: (04) 260 18 50
FAKS: (04) 260 18 55
E-POŠTA: [MAILTO:BRDO@FDS.SI](mailto:BRDO@FDS.SI)
INTERNET: [HTTP://WWW.FDS.SI](http://www.fds.si)

**FAKULTETA ZA PODIPLOMSKI
HUMANITIČNI ŠTUDIJ LJUBLJANA
INSTITUTUM STUDIORUM HUMANITATIS**
BREG 12, 1000 LJUBLJANA
TEL: (01) 425 18 45, 252 30 24
FAKS: (01) 425 18 46
E-POŠTA: ISH@ISH.SI
INTERNET: [HTTP://WWW.ISH.SI/](http://www.ish.si)

**FAKULTETA ZA PODIPLOMSKI ŠTUDIJ
MANAGEMENTA
IEDC – POSLOVNA ŠOLA BLEDE**
PREŠERNOVA 33, 4260 BLEDE
TEL: (04) 579 25 00
FAKS: (04) 579 25 01
E-POŠTA: INFO@IEDC.SI
INTERNET: [HTTP://WWW.IEDC.SI/](http://www.iedc.si)

**MEDNARODNA PODIPLOMSKA ŠOLA
INŠTITUTA JOŽEF STEFAN LJUBLJANA**
JAMOVA 39, 1000 LJUBLJANA
TEL: (01) 477 39 00
INTERNET: [HTTP://WWW.MPS.SI/](http://www.mps.si)

POLITEHNIKA NOVA GORICA
VIPAVSKA 13, 5000 NOVA GORICA
P.P. 301, 5001 NOVA GORICA
TEL: (05) 331 52 95 ŠOLA ZA ZNANOSTI O
OKOLJU
(05) 331 52 31 VISOKA POSLOVNO-TEHNIŠKA
ŠOLA
E-POŠTA: INFO@P-NG.SI
INTERNET: [HTTP://WWW.P-NG.SI/](http://www.p-ng.si)

**ŠOLA ZA RISANJE IN SLIKANJE
LJUBLJANA**
UL. JOŽETA JAME 12, 1000 LJUBLJANA
TEL.: (01) 510-82-70
INTERNET: [HTTP://WWW.ARTHOUSE-
SI.COM/](http://www.arthouse-si.com/)

VISOKA KOMERCIJALNA ŠOLA CELJE
LAVA 7, 3000 CELJE
TEL: (03) 428-55-44
FAKS: (03) 428-55-41
INTERNET:
[HTTP://WWW.ABITURA.SI/VKSCELJE](http://www.abitura.si/vkscelje)

VISOKA POSLOVNA ŠOLA MARIBOR
PREŠERNOVA UL. 1, 2000 MARIBOR

**VISOKA ŠOLA ZA PODJETNIŠTVO – GEA
COLLEGE PIRAN**
KIDRIČEVO NABREŽJE 2, 6330 PIRAN
TEL: (05) 671 02 40, 671 02 41
FAKS: (05) 671 02 50
INTERNET: [HTTP://WWW.VSSP.GEA-
COLLEGE.SI/](http://www.vssp.gea-college.si/)

**VISOKA ŠOLA ZA UPRAVLJANJE IN
POSLOVANJE NOVO MESTO**
NA LOKO 2, 8000 NOVO MESTO
TEL: (07) 393 00 10
FAKS: (07) 393 00 13
E-POŠTA: VSUP.NM@GUEST.ARNES.SI
INTERNET: [HTTP://WWW.VISOKA-
SOLA.COM/](http://www.visoka-sola.com/)

